

## ХУДОЖНІЙ І ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ

Давиденко А. В., студ. ПР-63

Газетний твір будь-якого жанру — це комунікативно-психологічне явище, складний акт мовної комунікації. Мова ЗМІ, в тому числі і мова газети, наочно відображає рух (зміну) мовного матеріалу, а також нові тенденції в розвитку мовної ситуації. Публіцистичному стилю властиві дві основні взаємопов'язані функції: інформативна функція та функція впливу. Публіцистичний стиль служить вираженням різнобічної і всеосяжної інформації. У газеті одержують найширше і найпопулярніше відображення внутрішнього життя країни і за кордоном, у поле зору газети потрапляють практично будь-які факти, але за неодмінної умови, що вони становлять суспільний інтерес. Інформативна функція невіддільна від функції впливу.

У німецькомовній пресі фахівці виділяють не менше десяти жанрів: передовиця, хроніка, кореспонденція, стаття, коментар, репортаж, фейлетон, інтерв'ю, рецензія, глос. Кожен із зазначених мовних жанрів - це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення. Кожен із зазначених мовних жанрів - це унікальна смислова (комунікативна) модель тексту, це і прагматична модель диференціації функції переконання, а також конструктивна модель тексту, що визначає загальну синтаксичну схему його оформлення. Для реалізації функцій публіцистичного стилю використовуються різноманітні лексичні, стилістичні та граматичні засоби.

Головним структурно-композиційним елементом, що провокує зацікавлення до написаного, є неординарний заголовок. З метою підвищення експресивності заголовків журналісти зазвичай використовують терміни у переносному значенні, метафорично застосовуючи терміни різних терміносистем у невластивих їм сферах, завдяки чому терміни отримують негативну або позитивну оцінку. Автори статей також використовують метафори, жаргонну лексику, неологізми, колоквіалізми та фразеологізми.

Німецьким газетним текстам також притаманне вживання алюзії. Форми і функції алюзії у різних стилістичних видах текстів є неоднакові. В цілому однак алюзія у публіцистичному стилі бере

участь у реалізації трьох основних функцій преси: інформативної, полемічної та розважальної.

Сучасний читач (адресат газетної інформації) потребує додаткового підтвердження надійності отриманої інформації. З цією метою він подає події та повідомлення з різних ракурсів, порівнює факти в такий спосіб, щоб вони доповнювали один одного, вдається до цитування різноманітних джерел для підтвердження правдивості цитованих тверджень, щоб за допомогою доказів та аргументів, втілених у мовних засобах, переконати аудиторію в правильності певної позиції. Існує пряме та непряме цитування. Для передачі першого використовується пряма мова. Непряме цитування передається за допомогою непрямой мови, перифразу та Konjunktiv I.

У мові преси активно використовуються фразеологічні одиниці. У образній основі фразеологізмів німецької преси можна виділити такі дві групи: національні фразеологізми та інтернаціональні фразеологізми. Стиль преси завжди характеризується політичною спрямованістю змісту, особливо газетних текстів, та наявністю у пресі фразеологізмів політичної спрямованості. Найважливішою функцією будь-якої одиниці мови, у тому числі і фразеологізму, є прагматична функція, тобто цілеспрямована дія мовного знаку на адресата.

Прагматична спрямованість властива будь-якому тексту, посилюється вона використовуваними в ньому фразеологізмами, що володіють значним прагматичним потенціалом. Фразеологізми підсилюють прагматичну спрямованість тексту або його частини – контекст.

Газетно-публіцистичний стиль охоплює масові, популярні політичні тексти, що впливають на актуальні суспільно-політичні процеси оперативним документальним відображенням, заснованим на їх ідейно-політичному осмисленні та емоційно-вираженою оцінкою.

Отже, можна прийти до такого висновку, що у текстах німецьких публіцистичних видань художній та прагматичний аспекти є нерозривно пов'язаними один з одним. Мета кожної статті – донести інформацію до адресата, яка має спричинити певний вплив на нього та викликати певні емоції, сформувані його ставлення до висвітленої події. Саме це є прагматичним аспектом. Художній аспект – це сукупність різноманітних лексичних, стилістичних та граматичних засобів, які автор вводить у контекст задля реалізації функції впливу на читача, що є одним із головних завдань публіцистичного тексту.

Наук. керівник – Чепелюк А.Д., *ст. викладач*