

Білоус І. Л.,
кандидат філологічних наук,
викладач кафедри німецької мови
Кам'янець-Подільського національного університету
імені Івана Огієнка

ОСОБЛИВОСТІ РОЗПОДІЛУ ПУБЛІКАЦІЙ РІЗНИХ ЖАНРІВ У НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ

Анотація. У статті проаналізовано розподіл публікацій як інформаційних жанрів (зміток, статей, репортажів, портретів), так і аналітичних жанрів (глос, коментарів, рецензій, інтерв'ю) за тематичними рубриками із використанням деяких статистичних прийомів між жанрами публікацій і тематичними рубриками у сучасних німецьких друкованих виданнях.

Ключові слова: журнал, газета, публікація, тематична рубрика, жанр, замітка, репортаж, інтерв'ю.

Постановка проблеми. Дослідження мови преси є досить новим напрямом мовознавства, яким займається така молода дисципліна, як медіа-лінгвістика. Мовознавчі студії медіа-мови зумовлені багатьма чинниками: зростаючою роллю мас-медіа в суспільстві, а також їх впливом на реципієнтів через інформаційний потік [2, с. 1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, ознаки «мови преси» залежать від умов комунікації, її структури, а також від таких факторів, як адресат (бульварна газета або провідне громадсько-політичне видання), періодичність видання (щоденне або тижневе), поширення (місцеве і загальнонаціональне), тематичний поділ на рубрики (спорт, політика, економіка тощо), жанровий поділ (коментар, стаття, оголошення тощо). Проте досі особливості мови преси досліджували, як правило, у відриві від тематичних рубрик та жанрового поділу, намагаючись встановити її загальні характеристики [2; 3; 4]. Однак кожній тематичній рубриці притаманні свої мовні особливості, зумовлені фаховою мовою [4, с. 41; 6, с. 132]. Так, Е. Шьонке вказує на зв'язок між тематикою і жанром публікації, оскільки розгортання теми залежить від жанру тексту [5, с. 3].

Мета нашої статті полягає в описі розподілу публікацій різних жанрів (зміток, статей, репортажів, портретів, глос, коментарів, рецензій, інтерв'ю) за тематичними рубриками у сучасній німецькій пресі.

Матеріалом дослідження слугували сучасні німецькомовні друковані видання, а саме: журнали *Der Spiegel*, *Stern*, *Focus*, щоденні національні газети *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* та регіональні газети *Berliner Zeitung*, *Der Tagesspiegel* за 2011–2013 рр. Таким чином, було враховано різноманітні типи друкованих видань, окрім бульварних і локальних. Для проведення статистичного аналізу відібрано по три номери з кожного видання (загалом 21 номер). Охарактеризуємо коротко досліджувані видання.

Виклад основного матеріалу. Щотижневий інформаційний журнал *Der Spiegel* видається з 1947 року. З ти-

ражем 894.270 екземплярів (1 квартал 2013 року) журнал вважають найбільшим впливовим виданням у Німеччині. *Der Spiegel* орієнтується на інтелектуальну читацьку аудиторію, пропонуючи детальні політичні, економічні і соціальні публікації. На 138 сторінках матеріал розподілений за такими рубриками: *Німеччина*, *Суспільство*, *Економіка*, *Події за кордоном*, *Спорт*, *Наука & Техніка*, *Культура*, *Преса*.

Щотижневий журнал *Stern* виходить з 1948 року і має тираж 837 619 примірників. У *Stern* основна увага фокусується на політичних і суспільних подіях, які висвітлюються в класичних репортажах і з великою кількістю фотографій. На 144 сторінках журналу публікації зведено в таких рубриках: *Політика*, *Суспільство*, *Події за кордоном*, *Наука*, *Економіка*, *Фото*, *Розваги*, *Мода*, *Радощі життя*, *Культура*, *Подорожі* і *Спорт*. При цьому дві перші рубрики складають половину всіх друкованих матеріалів.

Щотижневий інформаційно-політичний журнал *Focus* видається з 1993 року тиражем 539 281 примірників. У журналі висвітлюються насамперед такі питання, як сім'я, здоров'я, фінанси і кар'єра. Для полегшення сприйняття інформації читачам пропонуються короткі тексти з чисельними графіками, фотографіями і діаграмами. *Focus* подає матеріал з рубрик *Фото тижня* і *У фокусі*, де наведено статті з фотографіями на найактуальніші події в країні і світі. Далі слідує політична рубрика з домінуванням невербальної частини, рубрика *Репортаж* з об'ємними репортажами на різну тематику, *Дебати*, *Економіка*, *Наука і техніка*, *Медицина*, *Автомобілі*, *Культурне життя*, *Преса*, *Спорт*, *Людина* і *Гарячі новини*. У середньому журнал нараховує 134 сторінки.

Газета *Frankfurter Allgemeine Zeitung* видається з 1949 р. і є другим за тиражем німецькомовним щоденним виданням (338 478 екземплярів). Це авторитетне національне видання, яке має одну з найбільших у світі мережу кореспондентів. За своїм політичним спрямуванням FAZ відносять до консервативних видань. Читацьку аудиторію складають переважно люди, близькі до ділових та фінансових кіл, або ті, хто цікавиться питаннями економіки. FAZ має в середньому 36 сторінок з такими рубриками: 1) *Політика* (с. 1-8), де подається матеріал про внутрішньополітичні теми; 2) *Німеччина і світ* (с. 9), де домінує зовнішньополітична тематика статей; 3) *Економіка* (с. 11-18) з підрубрикою *Підприємництво*, які займають увесь другий інформаційний блок газети; 4) *Фінансовий ринок* (с. 19-25), присвячений питанням фінансів з підру-

бриками *Фінансові ринки і Капіталовкладення, Німецькі та міжнародні акції, Позики, Валюта і фондові ринки*; 5) *Спорт* (с. 26-28), де висвітлюється спортивна тематика; 6) *Літературна частина* (с. 29-36) з підрубриками *Кіно, Нові видання, Преса*, де вміщено тексти культурної тематики. До основної частини газети може входити тематичний блок *Подорожі* з окремою нумерацією, де підбрано статті, присвячені туристичній тематиці.

Газета *Süddeutsche Zeitung* видається з 1945 року і є найавторитетнішою німецькомовною газетою (420 377 екземплярів). Особливістю видання є те, що культурний інформаційний блок йде одразу після політичного. Окрім того, в газеті постійно представлено аналітичний матеріал: глоса на титульній сторінці, окрема *Сторінка три* з великими репортажами й аналітичними статтями, а також четверта сторінка під назвою *Погляди* з коментарями від відомих авторів цього видання. *Süddeutsche Zeitung* складається з окремих блоків по декілька сторінок. Перший блок присвячений політиці, який з інформаційною і аналітичною частинами займає 8 сторінок, до якого приєднано рубрику *Панорама* з текстами, які відносять до *soft news*. У другому блоці (с. 11-16) друкуються тексти культурної тематики під рубрикою *Літературний огляд* і підрубриками *Фільм, Література* і *Листи читачів*, а також *Погода*. Приєднана до цього блоку також сторінка *Наука* з науково-популярними статтями. Економічна частина газети представлена різноманітним матеріалом на 10 сторінках у третьому блоці. Тут редакція подає рубрику *Преса* зі статтями з галузі мас-медіа та телевізійною програмою.

Наступний окремий газетний блок *Подорожі* (6 сторінок) призначено для читачів, які цікавляться туристичною тематикою. В останньому газетному блоці представлено рубрику *Спорт* і рубрику з регіональними баварськими новинами.

Заснована в 1945 році щоденна газета *Der Tagesspiegel* з тиражем 113 165 примірників належить до авторитетних регіональних видань. Поширюється в Берліні і землі Бранденбург. Газета поділена на класичні рубрики *Політика, Економіка, Спорт, Культура*, при цьому локальні новини з Берліна і Бранденбурга йдуть одразу після політичної рубрики. Щосуботи до газети додається автомобільні оголошення і оголошення з нерухомості, а щонеділі – оголошення вакансій і туристична рубрика.

Щоденна газета *Berliner Zeitung* видається з 1945 року і є найавторитетнішим регіональним виданням в Берліні і Бранденбурзі (129 780 примірників на січень 2013 р.). Газета представлена такою архітектонікою рубрик: *Політика, Економіка, Спорт, Берлін, Фейлетон, Панорама, Культурний календар*. Суботній номер виходить з додатковими рубриками *Оголошення, Подорожі* тощо.

Загальна кількість проаналізованих текстів зі вказаних вище видань становить 2213, з них 924 статті, 861 замітка, 128 коментарів, 111 рецензій, 100 інтерв'ю, 60 портретів, 19 глос і 10 репортажів (табл. 1). Як свідчать підрахунки, найбільшу кількість усіх текстів становлять статті, далі слідує за спадом замітки і коментарі. Найменша частка текстів припадає на глоси і репортажі. Інтерв'ю і портрети посідають проміжне положення.

Таблиця 1

Кількісний розподіл жанрів за рубриками в німецьких друкованих виданнях

Жанри Рубрики	замітка	стаття	портрет	репортаж	інтерв'ю	глоса	критика	коментар	Разом
Політика	243	254	27	7	29	11	3	74	648
Економіка	219	267	0	1	12	4		34	537
Суспільство	95	87	17	1	10	0	0	0	210
Культура	129	128	11	0	33	2	108	11	422
Наука і техніка	81	107	2	0	4	0	0	4	198
Спорт	94	81	3	1	12	2	0	5	198
Разом	861	924	60	10	100	19	111	128	2213

Розподіл текстів за тематикою свідчить про те, що найбільша їх кількість припадає на політику (648), далі слідує за спадом тексти з галузі економіки (537) і культури (422). Суспільні теми у розглянутих друкованих виданнях посідають проміжне положення (210 текстів). Однакова кількість текстів зафіксована в тематичних рубриках «Наука і техніка» та «Спорт» (по 198 текстів).

Використаємо для аналізу розподілу різних жанрів за тематикою критерій спряженості χ^2 та коефіцієнт спряженості К. Чупрова [1, с. 29]. За допомогою критерію χ^2 можна визначити наявність відповідностей або розходжень між розподілами частот спостережуваних величин. Сума критерію χ^2 тим вища, чим більш емпіричні величини відхиляються від теоретичних. Міра зв'язку визначається за допомогою коефіцієнта взаємної спряженості К. Чупрова.

Статистичний аналіз отриманих даних показав перевищення емпіричних величин над теоретично очікуваними в 11-ти випадках з 38-ми, тобто у 30% спостережень (табл. 2).

Наведені в таблиці 2 дані свідчать про переважання політичної тематики у коментарях, репортажах, глосах і портретах. Статті в усіх досліджуваних мас-медіа роблять посилені акцент на економічні реалії. Суспільні події висвітлено переважно у портретах і замітках, культурні – в інтерв'ю та рецензіях. У рубриці «Наука і техніка» переважають статті, а в рубриці «Спорт» – замітки.

Найвищі показники критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості К спостерігаються для рецензій з культурної тематики ($\chi^2 = 463,4$; $K = 0,46$). Це означає, що переважна більшість публікацій у рубриці «Культура» в досліджуваних мас-медіа є критикою на певний твір мистецтва, як-от: книгу, музичний диск, кінофільм, теле-

передачу, виставу, концерти та виступи діячів культури, виставки тощо. Далі слідує за спадом публікації в рубриці «Політика», в яких, порівняно з іншими рубриками, переважають коментарі ($\chi^2=53,41$; $K=0,16$). Зумовлено це тим, що основною політичною темою у мас-медіа досліджуваного періоду були підготовка до виборів у

Німеччині. У цих умовах політологи коментували висловлювання і дії провідних політиків та оцінювали їх шанси на перемогу. Досить високі показники критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K зафіксовано також для рубрики «Суспільство» ($\chi^2=25,5$; $K=0,11$), де переважають портрети відомих громадських діячів.

Таблиця 2

 χ^2 і коефіцієнт взаємної спряженості K розподілу жанрів за рубриками в публіцистичному дискурсі

Жанр Рубрика	замітка	стаття	портрет	репортаж	інтерв'ю	глоса	критика	коментар
Політика			7,36 0,06	8,04 0,06		7,58 0,06		53,41 0,16
Економіка		18,51 0,09						
Суспільство	3,91 0,04		25,5 0,11					
Культура					13,17 0,08		463,4 0,46	
Наука і техніка		13,5 0,08						
Спорт	6,72 0,06							

Середні показники критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K встановлено для публікацій на економічні теми, в яких переважають статті ($\chi^2=18,51$; $K=0,09$). Обсяг статей сягає, як правило, дві-три сторінки друкованого тексту в журналах або від 0,5 сторінки до 1 сторінки у газеті, що дозволяє детально зупинитися на певній темі і висвітлити її з усіх сторін.

Аналогічно зафіксовано середні статистично значущі показники для статей у рубриці «Наука і техніка» ($\chi^2=13,5$; $K=0,08$). У цій рубриці переважають статті, оскільки розгляд будь-якого наукового чи технічного питання вимагає для неспеціалізованого читача детального пояснення його суті, що, в свою чергу, зумовлює розгорнутий опис, можливий лише в рамках статті.

Середні показники критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K виявлено також для інтерв'ю у рубриці «Культура». Як правило, в інтерв'ю представлено суспільно або культурно вагому новину у вигляді відповіді відомої особи на запитання журналіста. Бесіда, вибудована за певним планом через безпосередній контакт інтерв'юєра з респондентом з обов'язковою фіксацією відповідей, дозволяє читачу самому створити певне враження про респондента. Інтерв'ю трапляються і в інших тематичних рубриках друкованих видань, зокрема в політиці, економіці, спорті, проте вони відчутно переважають саме в рубриці «Культура». Це зумовлено тим, що відомості, отримані в результаті інтерв'ю у цій рубриці, мають на меті задовольнити інтерес читачів, а не переслідують професійні, корпоративні чи інші цілі.

Низькі показники критерію χ^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K встановлено для репортажів, портретів та глос у рубриці «Політика» та заміток у рубриках «Спорт» і «Суспільство».

Висновки. Як показало проведене дослідження із використанням деяких статистичних прийомів, між жанрами публікацій і тематичними рубриками у сучасних німецьких друкованих виданнях простежується певний

взаємозв'язок, що впливатиме на характеристики мови преси загалом. Тому, на нашу думку, при описі мови преси варто враховувати також жанрові і тематичні особливості друкованих видань. Перспективним вважаємо здійснити порівняльний аналіз розподілу публікацій різних жанрів за тематичними рубриками як у німецькій пресі, так і в сучасній пресі Австрії та Швейцарії.

Література:

- Best K. H. Quantitative Linguistik. – 3. Aufl. – Göttingen, 2006.
- Helfrich U. Mediensprache: Annäherung an ein linguistisches Konzept und Tendenzen der romanischen Forschung / Uta Helfrich // Mediensprache in der Romania / Uta Helfrich, Hildegard Klöten (Eds). – Wilhelmsfeld, 1998. – S. 1-11.
- Huber Chr. Die Satzsegmentierung in der französischen Pressesprache der Gegenwart / Christina Huber. – Wilhelmsfeld: Gottfried Eggert Verlag, 2007. – 394 S.
- Luger H.-H. Pressesprache / H.-H. Luger. – Tübingen: Niemeyer, 1995. – 169 S.
- Schoenke E. Wirtschaftskommentare: Texttitel und textsortenspezifische Thementafaltung / Eva Schoenke // Medientexte: Textlinguistische und sprachhistorische Aspekte / Horst Kreye und Mediate Smalten (Eds). – Bremen: Universitätsverlag, 1994. – № 5. – S. 3-42.
- Skogström B. Wirtschaftsjournalismus: Rhetorisches in der Textsorte Additional / Bronnen Ökostrom, Bo Westerland // Medientexte: Textlinguistische und sprachhistorische Aspekte / Horst Kreye Mediate Smalten (Eds). – Bremen: Universitätsverlag, 1994. – № 5. – S. 132-145.

Белоус И. Л. Особенности распределения публикаций разных жанров в немецкой прессе

Аннотация. В статье сделан анализ распределения публикаций как информационных жанров (заметок, статей, репортажей, портретов), так и аналитических жанров (глосс, комментариев, рецензий, интервью) по тематическим рубрикам с использованием некоторых статистических приемов между жанрами публикаций и тематическим рубрикам в современных немецких печатных изданиях.

Ключевые слова: журнал, газета, публикация, тематическая рубрика, жанр, заметка, репортаж, интервью.

Bilous I. The peculiarities of distribution of various genres publications in German press

Summary. In the article there have been analyzed the distribution of publications of information genres (notes, articles, reports, portraits) as well as analytical genres (glosses, comments, reviews, interviews) by thematic

sections using some statistical techniques between genres of publications and thematic heading in modern German publications.

Key words: magazine, newspaper, publication, thematic heading, genre, note, report, interview.