

На правах рукописи

ЕРЁМИНА ДАРЬЯ АРКАДЬЕВНА

**ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОГО РАДИОФОРМАТА «ИНФОТЕЙНМЕНТ»
В РАМКАХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЯ**

(на материале общественно-правовых и частных радиостанций Германии)

Специальность 10.02.04 – германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2014

Работа выполнена на кафедре немецкого языкознания филологического факультета ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова».

Научный руководитель: доктор филологических наук профессор кафедры немецкого языкознания ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Володина Майя Никитична

Официальные оппоненты: **Анисимова Елена Евгеньевна**
доктор филологических наук профессор кафедры грамматики и истории немецкого языка ФГБОУ ВПО «Московский государственный лингвистический университет»

Негрышев Андрей Александрович

кандидат филологических наук доцент кафедры немецкого и французского языка ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых»

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Московский государственный институт международных отношений»

Защита диссертации состоится «__» _____ 2014 г. в _____ часов на заседании диссертационного совета Д 501.001.80 при ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова» по адресу: 119991, г. Москва, ул. Ленинские горы, ГСП-1, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, д. 1, стр. 51, 1-ый учебный корпус, филологический факультет.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова» и на официальном сайте филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова <http://www.philol.msu.ru/>.

Автореферат разослан «_____» 2014 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета
профессор**

Т.А. Комова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Средства массовой информации в ходе своего развития стали занимать ключевое положение в современном обществе, выступая как посредники между событиями, происходящими в окружающем мире, и массовой аудиторией. Если в доиндустриальную эпоху первостепенную роль играла межличностная коммуникация, а в индустриальную – массовая, то в постиндустриальном обществе на первый план выходят именно средства массовой информации, которые «обращаются к особым гомогенным группам и при этом служат индивидуализированным процессам коммуникации, восприятия информации и ее обработки»¹.

С 1970–1980-х гг., согласно утверждениям немецкоязычных исследователей [Э. Клаус, Л. Боссхарт, У. Дем, У.М. Крюгер и др.], как на телевидении, так и на радио начинается расшатывание строгой дихотомии информационных и развлекательных форматов. Предметом обсуждения в средствах массовой информации становятся темы, развлекательные по своей сути, а серьезные сообщения преподносятся в развлекательной форме.

Новый медиаформат, получивший название «инфотейнмент», сформировался благодаря конвергенции информационных и развлекательных программ. В его основе лежит принцип, согласно которому информация интересна ровно в той мере, в какой она развлекательна или развлекательно преподнесена². В настоящее время «инфотейнмент», который в данной работе определяется как информационно-развлекательный формат, занимает центральное место в структуре западных масс медиа.

Актуальность данной работы определяется следующими факторами:

- усилением роли масс медиа в современном обществе;
- возрастающим значением развлекательной функции средств массовой информации;
- отсутствием в научной литературе лингвистического анализа нового

¹ Decker H., Langenbucher W.R., Nahr G. Die Massenmedien in der postindustriellen Gesellschaft. Schriften der Kommission für wirtschaftlichen und sozialen Wandel, Bd. 111, Göttingen, 1976 // Цит. по Richter H. Pressekonzentration und neue Medien: der Einfluss der neuen Wettbewerbsimpulse auf die Konzentration bei Tageszeitungen. Göttingen, 1989. S. 113. Здесь и далее перевод наш – Д.Е.

² Bosshart L. Information und/oder Unterhaltung? // Scholl A., Renger R., Blöbaum B. (Hrsg.) Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden, 2007. S. 21

медиафеномена «инфотейнмент»;

- недостаточным вниманием исследователей к связи между лингвистическими особенностями формата «инфотейнмент» на немецком радио и медиаэкономическим развитием Германии.

В данной работе представлен анализ экстралингвистических и лингвистических особенностей формата «инфотейнмент» в контексте истории его становления. Настоящее исследование позволяет проследить развитие медиаэкономической ситуации в ФРГ с конца 1980-х гг., результатом которого стало появление нового медиаформата, функционирующего в рамках публицистического стиля.

Научная новизна исследования состоит в том, что:

- в работе впервые представлен систематизированный обзор зарубежных и отечественных исследований медиафеномена «инфотейнмент»;

- впервые проведен анализ лингвистических особенностей программ в формате «инфотейнмент» на немецких радиостанциях в контексте экстралингвистических характеристик;

- выявлены ключевые (экстралингвистические и лингвистические) признаки немецкого радиоформата «инфотейнмент»;

- предпринята попытка определить место нового медийного явления «инфотейнмент» в рамках публицистического стиля.

Объектом исследования является функционирование медиаформата «инфотейнмент», сочетающего задачи информирования и развлечения аудитории, в рамках публицистического стиля на немецких общественно-правовых и частных радиостанциях.

Предметом исследования служат лингвистические и экстралингвистические особенности программ в формате «инфотейнмент» на немецких общественно-правовых и частных радиостанциях в контексте медиаэкономического развития Германии.

В качестве **исследовательского материала** были использованы передачи шести немецких радиостанций: трех общественно-правовых и трех частных. Из общественно-правовых радиостанций были выбраны северогерманские NDR2 и N-JOY, а также берлинская radioeins, а из коммерческих – северогерманская Radio ffh

Niedersachsen, а также берлинские Berliner Rundfunk 91.4 и Spreeradio. Собранный и обработанный материал представляет собой в общей сложности около 13,4 тысячи лексических единиц.

Немецкие общественно-правовые радиостанции предоставляют доступ к аудиозаписям своих передач через подкасты, а частные выкладывают свои программы также в аудиоформате на официальные сайты после их выхода в эфир. Все программы были расшифрованы для проведения диссертационного исследования. Тексты расшифровок представлены в приложении.

Первоочередную роль в данной работе играет сопоставление однородных по формату программ на общественно-правовых и частных радиостанциях Германии. Выбор региональных радиостанций в качестве материала исследования обусловлен тем, что в Германии в силу ее исторического развития не существует государственных или федеральных радиостанций. В данной работе были проанализированы программы радиостанций двух регионов Германии (северной Германии и Берлина-Бранденбурга), сравнимые по целевой аудитории, распространению сигнала, рейтингу и тематике.

В качестве **теоретической основы** использовались работы как западных, так и российских исследователей. Необходимо отметить, что особенности медиаэкономического развития немецких масс медиа хорошо изучены в Германии. Результаты этих исследований представлены в работах Маркуса Гётца (Markus Götz), Удо Михаэля Крюгера (Udo Michael Krüger), Клауса Мертена (Klaus Merten), Катрин Прюфиг (Katrin Prüfig) и др. На протяжении последних десятилетий немецкие ученые изучали, каким образом менялся медиаландшафт в Германии и как развитие дуального телерадиовещания сказывалось на популярности тех или иных радиостанций.

Исследования нового тогда явления «инфотейнмент» начались в Германии с 1990-х гг. Попытки дать ему четкое определение и выявить его характеристики предпринимали такие специалисты в области масс медиа, как Андреас Виттвен (Andreas Wittwen), Беатрикс Дайс (Beatrix Deiss), Урсула Дем (Ursula Dehm), Петер Фордерер (Peter Vorderer), Гайдермари Шумахер (Heidermarie Schumacher). Главной задачей их разработок было установление границ нового формата, его экстралингвистических особенностей, сфер использования и распространенности.

Важной областью исследования было также влияние феномена «инфотейнмент» на реципиентов: популярность программ этого формата, их восприятие, доверие к ним со стороны слушателей.

В российской традиции это явление, в целом, изучено пока крайне мало. «Инфотейнмент» как феномен западной медиареальности, который только начал проникать в российские СМИ, находится в фокусе внимания отечественных исследователей с конца 1990-х гг. Российские ученые используют этот термин, в основном, для описания медиаэкономических и политических особенностей развития западных масс медиа. Новый медиаформат рассматривается в работах Г.Н. Беспятовой, Е.Л. Варгановой, М.Н. Володиной, Л.М. Земляновой и Б.Н. Лозовского.

Как в России, так и в Германии, существует традиция изучения языка различных каналов массовой информации и, в частности, радио. Среди российских ученых, исследовавших язык СМИ, следует отметить работы О.В. Александровой, Б.Х. Бгажнокова, М.Н. Володиной, В.З. Демьянкова, М.В. Зарвы, Н.И. Клушиной, В.Г. Костомарова, Е.С. Кубряковой, А.А. Леонтьева, Г.Я. Солганика, Л.В. Цуриковой, А.П. Чудинова и др. Эти работы способствовали изучению языка средств массовой информации в целом, а также изучению его отдельных особенностей и приемов. На немецком материале этим занимались Бернд Ульрих Бире (Bernd Ulrich Biere), Харальд Бургер (Harald Burger), Вернер Кальмайер (Werner Kallmeyer), Хельмут Хенне (Helmut Henne), Юрг Хойзерман (Jürg Häusermann), Вернер Холли (Werner Holly) и др.

Цель данной работы состоит в выявлении лингвистических особенностей медиаформата «инфотейнмент» в немецких радиопрограммах и установление различий или сходства подобных программ на общественно-правовых и частных радиостанциях, что позволяет определить место этого формата в рамках публицистического стиля в целом.

В соответствии с этим сформулированы следующие **задачи**:

1) изучить российскую и немецкую традиции определения функциональных стилей и выделения специфических свойств публицистического функционального стиля;

2) проанализировать и обобщить результаты немецких и российских исследований таких медиа явлений, как «инфотейнмент», «эдутейнмент» и «политейнмент»;

3) описать медиаэкономическое развитие Германии, которое привело к формированию современной дуальной системы немецкого телерадиовещания;

4) выявить экстралингвистические и лингвистические особенности немецкого радиформата «инфотейнмент» на основе анализа его подвидов «эдутейнмент» и «политейнмент» с целью сопоставления программ в формате «инфотейнмент» на общественно-правовых и частных немецких радиостанциях;

5) установить сходные и отличные черты радиформата «инфотейнмент» на общественно-правовых и частных радиостанциях Германии;

б) определить место радиформата «инфотейнмент» в рамках публицистического стиля.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы и приемы** изучения языкового материала: аналитико-описательный метод, включающий анализ отечественных и зарубежных исследований, функционально-стилистический подход, а также лингвостилистический анализ языкового материала с последующей систематизацией полученных результатов.

Теоретическая значимость исследования заключается в углублении и развитии характеристик публицистического функционального стиля (с учетом появления медиаформата «инфотейнмент»). Ценность данной работы, представляющей комплексный анализ нового медийного явления «инфотейнмент», состоит в выявлении ключевых стилистических и лингвистических характеристик этого радиформата в контексте медиаэкономического развития Германии. Такой подход позволяет оценить роль данного феномена в структуре современных масс медиа и определить его место в рамках публицистического стиля.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования фактического материала и результатов исследования при разработке теоретических курсов и проведении практических занятий по функциональной стилистике, лексикологии, морфологии, фонетике и синтаксису немецкого языка, а также при составлении и преподавании курсов по истории зарубежной журналистики и языку радио.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования обсуждались на международных конференциях «Ломоносов-2009» (Москва, 2009), «Ломоносов-2010» (Москва, 2010) и «Ломоносов-2011» (Москва, 2011). По теме диссертации имеется шесть публикаций, включающих тезисы докладов и три статьи в журналах изданий из перечня ВАК.

На защиту выносятся следующие положения:

- сочетание информационного содержания с развлекательным компонентом, которое составляет основу немецкого радиоформата «инфотейнмент», отмечается как на экстралингвистическом, так и лингвистическом уровнях. Специфика формата «инфотейнмент» может проявляться в радиопрограммах с различной интенсивностью, которая зависит от количества развлекательных элементов как в структуре передачи, так и в речи модераторов. Интенсивность использования этого явления в той или иной программе определяется интенциями автора или инициатора медиатекста;

- стилистически радиоформат «инфотейнмент» проявляется в активном использовании модераторами разговорных элементов на разных языковых уровнях, в первую очередь, лексическом;

- несмотря на отчетливое сближение характеристик радиоформата «инфотейнмент» на общественно-правовых и частных радиостанциях Германии, в их использовании этого явления сохраняются определенные отличия;

- радиоформат «инфотейнмент» представляет собой особое явление в рамках публицистического стиля, которое можно определить как информационно-развлекательный подстиль.

Структура диссертации. Работа включает в себя введение, теоретическую и исследовательскую части (по четыре главы в каждой части), заключение, библиографию из 216 наименований, в том числе на иностранных языках, список словарей и энциклопедий, список источников языкового материала и приложение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность диссертационной работы, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость. Кроме того, излагаются цели и задачи исследования, позиционируются положения, вынесенные на защиту.

Первая глава теоретической части «Особенности радио как средства массовой информации» посвящена специфике радиовещания. Модель коммуникации на радио представлена на базе схемы коммуникативного акта Р.О. Якобсона³, включающей адресанта, адресата, сообщение, контекст, контакт и код. В соответствии с данной классификацией *коммуникативный акт на радио* можно представить как передачу устного высказывания путем радиосигнала от адресанта-модератора⁴ или инициатора сообщения к адресату-«массовому слушателю» в контексте других высказываний и экстралингвистических факторов.

В первой главе перечислены *основные особенности радиовещания*, которые выделяла российская исследовательница М.В. Зарва в своей книге «Слово в эфире»⁵: акустичность (средством передачи информации выступает звучащая речь), однотипность речевого общения (речь адресанта рассчитана на массовую аудиторию и, как следствие, унифицирована), дистантность (говорящий и слушатель максимально удалены друг от друга в пространстве и времени), синхронность (реципиент воспринимает информацию в момент ее появления в эфире), вездесущность (разнородность аудитории), камерность обстановки (речь говорящего воспринимается каждый реципиентом из огромной массы в камерной обстановке).

Важно отметить, что информация, транслируемая радио и другими СМИ, должна быть социально значимой и при этом соответствовать социальным ожиданиям определенных групп индивидов. Как считает В.П. Конецкая⁶, наличие у разных средств массовой информации *целевой аудитории* является одним из

³ Якобсон Р.О. Язык в отношении к другим системам коммуникации // Якобсон Р. Избранные работы. Сост. и общая редакция В.А. Звегинцева. М., 1985. С. 319

⁴ Согласно словарю иностранных слов русского языка, модератор является ведущим передачи, представления, викторины или любой общественной дискуссии. См. Комлев Н.Г. «Словарь иностранных слов», 2006. В данной работе слова «модератор» и «ведущий» используются как синонимы.

⁵ Зарва М.В. Слово в эфире. М., 2011. С. 53-62

⁶ Конецкая В.П. «Социология коммуникации». М., 1997. С. 126

условий существования массовой коммуникации. Помимо понятия «целевая аудитория», выделяются также понятия *первичная* и *вторичная аудитории*⁷, о характеристиках которых пишет А.А. Леонтьев. Немецкий исследователь масс медиа Харальд Бургер для описания этого же явления использует термин «круги коммуникации»⁸.

Еще одной особенностью коммуникации на радио и в других СМИ является *специфика обратной связи*, которая, согласно А.А. Леонтьеву⁹, может быть как явной (через специальные каналы: звонки в студию, письма в редакцию и т.п.), так и скрытой (имеется в виду ориентация адресанта на типичную реакцию целевой аудитории). Немецкая исследовательница Эрика Кайль¹⁰ пишет о ритуализированности общения между ведущим и слушателем на радио, что в конечном счете приводит к явлению *псевдокоммуникации*, в которой на первый план выходит фатическая функция языка.

Во второй главе теоретической части «Функционально-стилистический подход к изучению медиатекстов в отечественной и немецкой лингвистике» рассматриваются отечественная и немецкая традиции в изучении функциональной стилистики, а также подходы к анализу публицистического стиля.

Само понятие «функционального стиля» было впервые выдвинуто в 1920-х гг. учеными Пражской лингвистической школы, к которым относились также такие отечественные лингвисты, как Н.С. Трубецкой и Р.О. Jakobson. В отечественной традиции функциональной стилистикой активно занимался также В.В. Виноградов, давший следующее определение стиля: «Стиль – это общественно осознанная и функционально обусловленная, внутренне объединенная совокупность приемов употребления, отбора и сочетания средств речевого общения в сфере того или иного общенародного, общенационального языка, соотносительная с другими такими же способами выражения, которые служат для иных целей, выполняют иные функции в речевой общественной практике данного народа»¹¹.

⁷ Леонтьев А. А. Психология воздействия массовой коммуникации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2. Отв. ред. М.Н. Володина. М., 2004. С. 100

⁸ Burger H. Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin, 2005. S. 19-21

⁹ Леонтьев А.А. Психология общения. М., 1999. С. 271-280

¹⁰ Keil E. Hörerbeteiligung am Radio. Vom sprachlosen Ich zum eloquenten Du. Bern, 1991

¹¹ Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. М., 1955. №1. С. 73

Свой вклад в становление функциональной стилистики внесли также такие ученые, как Г.О. Винокур, Л.В. Щерба, И.Р. Гальперин, а также М.Н. Кожина, опубликовавшая в 1960-х годах несколько монографий по этой тематике. В своих работах она критиковала превалировавший тогда подход к изучению функциональных стилей, который сводился к перечислению их основных языковых и речевых примет, и подчеркивала необходимость *связать лингвистические явления с экстралингвистическими*. Э.Г. Ризель и Е.И. Шендельс в книге по стилистике немецкого языка¹² также подчеркивали в связи с понятием «стиль» необходимость изучения экстралингвистических факторов, которые влияют на особенности речи: сферу коммуникации, возраст, национальность, уровень образованности говорящих и т.д.

Г.Я. Солганик¹³ называет функционально-стилевую типологию текстов самой масштабной и влиятельной типологией текстов. Функциональный стиль, как отмечает Солганик, выделяется на основе той роли в обществе, которую играет язык данного текста. Исходя из функции, выполняемой тем или иным текстом, его автор должен выбрать из всего многообразия языковых средств те, которые помогут ему достичь цели. Помимо набора языковых средств, стиль ограничивается определенной тематикой.

Стоит отметить, что ни один функциональный стиль нельзя характеризовать только по одному набору признаков. Любая классификация в действительности сталкивается с многообразием текстов, не всегда укладывающихся в четкую систему. Несмотря на это, функционально-стилистический подход остается одним из основных в современной отечественной лингвистике. В качестве примеров новейших работ, которые опираются на учение о функциональных стилях, можно отметить работы А.И. Горшкова, Н.И. Клушиной, В.Г. Костомарова, Г.Я. Солганика.

Немецкие лингвисты, описывая предмет и задачи функциональной стилистики, опираются, в первую очередь, на исследования советских и чешских ученых 1960-70-х гг. В период становления функциональной стилистики в 1970-х гг. немецкие лингвисты воспринимали *стиль как сумму различных компонентов*. В

¹² Riesel E., Schendels E. Deutsche Stilistik. М., 1975. С. 6

¹³ Солганик Г.Я. Стилистика текста. М., 2009. С. 86

частности Барбара Зандиг¹⁴ выделяла 20 бинарных признаков (например, ±устный, ±спонтанный, ±монологический), по которым следовало определять принадлежность текста к тому или иному типу.

Само понятие функции текста в немецкоязычной лингвистике одним из первых ввел Эрнст Ульрих Гроссе¹⁵. По его мнению, функция текста тесно связана с интенциями автора: она не предопределяет восприятие сообщения реципиентом, однако констатирует определенный код, на основании которого адресант предлагает понимать его послание. В 1980-1990-х гг. различные типологии текстов на основании их функции предлагали В. Шмидт и К. Бринкер, а также В. Хайнеманн и Д. Фивегер.

Современные немецкие исследователи, в частности, Улла Фикс¹⁶, отмечают, что стиль в языке представляет собой *соединение языковых, параязыковых и внеязыковых компонентов*. Согласно Фикс, изучение стиля возможно только на междисциплинарном уровне, поскольку это явление не принадлежит исключительно какой-либо одной научной дисциплине. При этом стиль сам по себе является сообщением и несет определенный смысл, который следует добавлять к основному смыслу текста.

Для данной работы представляется важным определить особенности и подходы к изучению *публицистического стиля* как функционального стиля, включающего в себя основной массив текстов масс медиа. Среди отечественных лингвистов, занимавшихся этой темой, следует назвать И.Р. Гальперина, О.Н. Григорьеву, Т.С. Дроняеву, Н.И. Клушину, В.Г. Костомарова, А.А. Липгарта, Г.Я. Солганика.

Многие отечественные и немецкие исследователи ограничивают тематику медийных текстов общественно-политическими вопросами. Однако на современном этапе развития масс медиа характерно использование максимально широкого, потенциально ничем не ограниченного круга тем.

Отечественные лингвисты выделяют две основные функции текстов публицистического стиля: *информирующую* и *воздействующую* (или одну

¹⁴ Sandig B. Zur Differenzierung gebrauchssprachlicher Textsorten im Deutschen / Gülich E., Raible H. (Hg.) Textsorten. Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht. Frankfurt/Main, 1972

¹⁵ Große E.U. Text und Kommunikation. Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte. Stuttgart u.a., 1976

¹⁶ Fix U. Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen. Berlin, 2007. S. 87-115

информационно-воздействующую). На уровне языка это отражается, как пишет В.Г. Костомаров¹⁷, в сочетании «экспрессии и стандарта». Задача данного исследования – продемонстрировать, что не менее значимую роль в современных масс медиа играет также *развлекательная* функция.

В немецкоязычной традиции исследование текстов масс медиа проводится в рамках науки о коммуникации (Kommunikationswissenschaft) и науки о публицистике (Publizistikwissenschaft). Немецкие исследователи выделяют значительно больше функций медийных текстов, нежели отечественные, включая в том числе развлекательную.

Специфика публицистических текстов рассматривается в немецкой лингвистике также на уровне исследования диалогической речи (Gesprächslinguistik или Gesprächsanalyse). При данном подходе основными категориями анализа являются такие понятия, как «реплика» (или «репликовый шаг» как формально-структурная единица диалога), «речевой акт», «секвенции разговора», сигналы обратной связи, локальный (относящийся к предшествующему ходу диалога) и институциональный (относящийся к обстоятельствам конкретного диалога в целом) контекст. Первоначально анализ диалога распространялся исключительно на бытовой устный разговор, однако впоследствии предмет исследования в рамках этого метода был расширен и в него вошли, в частности, интервью и ток-шоу.

В третьей главе теоретической части «Происхождение и интерпретация термина «инфотейнмент» в немецкой и российской традиции» рассматривается процесс становления нового медиафеномена, а также особенности его изучения в немецкоязычных странах и в России.

Термин *«инфотейнмент»* начал использоваться в США в публицистических работах по критике масс медиа в 1980-ые гг. Этот термин, образованный путем аббревиации двух английских слов INFORMATION «информация» и ENTERTAINMENT «развлечение», был призван отразить изменения, которые происходили в тот период на американском телевидении и касались более развлекательной подачи информации (прежде всего, о политических событиях). Это слово входит в состав

¹⁷ Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971. С. 257-258

различных словарей, в том числе Oxford English dictionary¹⁸, Roget's Thesaurus¹⁹ и электронный словарь Duden²⁰. В последнем термин «инфотейнмент» определяется как «оживленная за счет использования театральные эффекты и развлекательных элементов презентация фактов, новостей и т.д. (например, на информационных мероприятиях, на телевидении, в справочной литературе)».

В немецкоязычном научном сообществе изучение явления «инфотейнмент» началось в конце 1980-х гг. с появлением программ частных телерадиокомпаний RTL plus и Sat 1²¹. В результате исследований конца 1980-х – первой половины 1990-х гг. выяснилось²², что зрители теленовостей усваивают только около 25% транслируемой информации и лишь половина опрошенных в состоянии правильно понять содержание. Одной из причин таких результатов является то, что при восприятии медийной продукции когнитивные процессы имеют для реципиента меньшее значение, чем эмоциональная составляющая. Именно этот фактор сыграл важную роль в *синтезировании информационных и развлекательных элементов*, из которых складывается медиаформат «инфотейнмент».

В классической работе 1995 года «Infotainment – Fernsehrichten zwischen Information und Unterhaltung» («Инфотейнмент — телевизионные новости между информацией и развлечением») немецкий исследователь Андреас Виттвен выделяет пять основных значений этого слова. Согласно его определению²³, «инфотейнмент» – это:

- специальный термин в компьютерной области;
- понятие, которое характеризует смешение информации и развлечения в современных масс медиа (в первую очередь, на телевидении);
- модное слово, использующееся для интерпретации актуальных тенденций за пределами сферы масс медиа: в литературе, музыке, живописи, политике и спорте;
- обозначение всех возможных методов развлекательной обработки информации;

¹⁸ Oxford English dictionary // <http://www.oed.com/view/Entry/242310> (Дата обращения: 24.07.2014)

¹⁹ Roget's Thesaurus // <http://thesaurus.com/browse/infotainment> (Дата обращения: 24.07.2014)

²⁰ Duden // <http://www.duden.de/rechtschreibung/Infotainment> (Дата обращения: 24.07.2014)

²¹ Bonfadelli H. Infotainment: Angebot, Nutzung, Wirkungen // Medienwissenschaft Schweiz. 2/1991. S. 11

²² Winterhoff-Spurk P. Medienpsychologie: eine Einführung. Stuttgart. 1999. S. 88-90

²³ Цит. по Lehrbuch der Medienpsychologie. Hrsg. R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente. Göttingen. 2004. S. 530

- обобщающий термин для обозначения таких типов передач, в которых информация преподносится развлекательно за счет выбора тематики или способа подачи.

В результате автор предлагает следующее обобщенное определение, которое принимается за основу в данной работе: «Под инфотейнментом мы понимаем *все возможности развлекательной обработки информации*, будь то выбор тематики, визуальные и вербальные методы»²⁴.

В качестве частных случаев феномена «инфотейнмент» исследователи выделяют форматы «эдутейнмент» (от английского EDUcation «образование» и enterTAINMENT «развлечение») и «политейнмент» (от английского POLItics «политика» и enterTAINMENT «развлечение»). Как следует уже из самих аббревиатур, эти явления выделяются на основании того, что становится темой программы. В первом случае темой сообщения масс медиа является наука, во втором – политика. Объединяет их тот факт, что информация о научных открытиях или политических событиях преподносится развлекательно.

В работах русскоязычных исследователей термин «инфотейнмент» появился в конце 1990-х – начале 2000-х гг. Свои определения этого явления и его частных случаев предлагали Л.М. Землянова²⁵, Е.Л. Вартанова²⁶, М.Н. Володина²⁷, Б.Н. Лозовский²⁸. Следует отметить, что российские исследователи при описании феномена «инфотейнмент» и его подтипов отталкиваются от его становления в западных масс медиа, поскольку на российском материале это явление еще мало изучено.

В четвертой главе теоретической части «Роль развлекательного компонента как составной части формата „инфотейнмент“» представлены мотивы, благодаря которым ключевой для явления «инфотейнмент» развлекательный

²⁴ Ibid.

²⁵ Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999. С. 74

²⁶ Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gum/Vart/index.php (Дата обращения: 24.07.2014)

²⁷ Володина М.Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) // Политическая лингвистика 4(34). Екатеринбург, 2010. С. 9-13

²⁸ Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Учебное пособие. Екатеринбург, 2007. С. 152

компонент становится популярным среди пользователей различных типов масс медиа.

На основе классификации Чарльза Р. Райта²⁹, который относил развлекательную функцию к числу важнейших функций массовой коммуникации, а также положений немецкой исследовательницы Карстен Вюнш³⁰, в данной работе выделяются следующие функции развлекательного компонента в масс медиа:

- *развлекательное как игра.* Развлекательность масс медиа объединяют с игрой отсутствие дополнительной мотивации, кроме самого факта развлечения или игры; отход от реального окружения; соблюдение определенных ритуалов.
- *развлекательное как инструмент для удовлетворения целей массовой коммуникации.* Этот тезис основывается на предположении, что реципиенты обращаются к масс медиа для удовлетворения собственных потребностей (в частности, получения информации, расслабления, социализации).
- *развлекательное как бегство в виртуальную реальность.* Реципиенты используют средства массовой информации как средство, с помощью которого можно уйти на время от окружающей реальности и заменить ее более привлекательной и приятной, не боясь, в отличие от жизни в реальном мире, негативных последствий, так как все действия фиктивны и в любой момент могут быть прекращены.
- *развлекательное как способ самоидентификации и парасоциальная интеракция.* В данном случае масс медиа являются, с одной стороны, вспомогательным средством социального общения, так как содержание медийных сообщений становится предметом обсуждения или через средства массовой информации культивируются определенные нормы и правила поведения в социуме. С другой стороны, участники массовой коммуникации могут сами становиться участниками парасоциального общения. Медийные персонажи нередко воспринимаются как реальные собеседники и

²⁹ Wright Ch.R. Functional analysis and and mass communication revisited // The Uses of mass communications. Eds Blumler G., Katz E. Beverly Hills, 1974. P. 205

³⁰ Wünsch C. Unterhaltungserleben. Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung. Köln, 2006

провоцируют соответствующее поведение реципиентов по отношению к самим себе.

Первая глава исследовательской части «Медиаэкономическое развитие ФРГ» посвящена анализу развития масс медиа и, в первую очередь, радио в Германии. Современное радиовещание в ФРГ берет свое начало в послевоенной истории Западной Германии, оккупированной США, Великобританией и Францией. В рамках политики денацификации было решено сформировать общественно-правовое теле- и радиовещание, которое бы не контролировалось местными властями, не было бы централизованным и не вмешивалось бы в партийную борьбу. В качестве модели для западногерманского телерадиовещания была выбрана модель британского вещания, приближающая к медиакорпорации British Broadcasting Corporation (BBC), но не централизованная, а местная, на уровне отдельного региона. Радиовещание в ФРГ получило название «*общественно-правового*», а созданная в 1950-х гг. система управления радиостанциями и телекомпаниями в целом сохранилась до сих пор.

В 1984 году было узаконено появление *частных теле- и радиовещательных компаний* (наряду с общественно-правовыми). Таким образом, с 1984 года в ФРГ существует дуальная система телерадиовещания. Частные радиостанции, в отличие от общественно-правовых, финансируются не за счет средств налогоплательщиков, а за счет доходов от рекламы.

После десяти лет существования дуальной системы вещания произошли основополагающие изменения, которые объясняются, во-первых, глобальным *коммуникативным взрывом*, во-вторых, *увеличением предложения* (разнообразия программ), в-третьих, *переориентацией на доходы от рекламы*. Следствием новых медиаусловий стал процесс конвергенции между общественно-правовыми и частными каналами, что подразумевает сближение программ общественно-правовых станций с частными по содержанию и подаче материала.

Вторая глава исследовательской части «Специфика анализируемых радиостанций» посвящена описанию радиостанций, программы которых были

выбраны в качестве материала для анализа. В этой части диссертационной работы раскрывается подход к выбору определенных радиостанций.

В работе анализируются восемь радиопередач, которые выходят или выходили в эфир на шести разных радиостанциях: *NDR2*, *radioeins*, *N-JOY*, *Radio ffn Niedersachsen*, *Berliner Rundfunk 91.4* и *105'5 Spreeradio*.

Основным критерием отбора является принадлежность передач к *формату «инфотейнмент»*, который представляют здесь его частные случаи: «эдутейнмент» и «политейнмент». Вторым критерий для отбора программ – их принадлежность к радиостанциям *разных типов внутренней организации*: общественно-правовым или частным. Третьим критерием для выбора радиостанций стала *территория их вещания*. Три радиостанции (общественно-правовые *NDR2* и *N-JOY*, а также частная *Radio ffn Niedersachsen*) охватывают север Германии, а еще три (общественно-правовая *radioeins* и две частные *Berliner Rundfunk 91.4* и *105'5 Spreeradio*) вещают на Берлин и Бранденбург.

В **третьей главе исследовательской части** «Сопоставление формата «эдутейнмент» на общественно-правовых и частных радиостанциях» проводится сопоставительный анализ передач в формате «эдутейнмент». Под этим явлением, согласно Рональду Мангольду³¹, понимается развлекательная подача познавательной информации с образовательными целями. Северогерманская общественно-правовая *NDR2* представлена познавательной программой «*Stimmt's*»³² («Правда ли, что...»), берлинская общественно-правовая *radioeins* – программой «*Großstadtgeheimnisse und Landlegenden*»³³ («Тайны большого города и легенды нашей земли»). В качестве примеров формата «эдутейнмент» на частных радиостанциях выбраны познавательные программы «*Dr. Wort erklärt die Welt!*»³⁴ («Доктор Слово объясняет!») на нижнесаксонской *Radio ffn Niedersachsen* и «*Warum? Darum!*»³⁵ («Почему? Потому!») – на берлинской *Berliner Rundfunk 91.4*.

Большинство выбранных радиопередач представляет собой монологическую речь, записанную заранее и затем вставленную в прямой эфир. Только передача

³¹ Mangold R. Infotainment und Edutainment // Lehrbuch der Medienpsychologie. Hrsg. R. Mangold, P. Vorderer, G. Bente. Göttingen, 2004. S. 536

³² Далее обозначается – I.

³³ Далее обозначается – II.

³⁴ Далее обозначается – III.

³⁵ Далее обозначается – IV.

«Großstadtgeheimnisse und Landlegenden» выполнена в форме диалога между модератором в студии и ведущим самой передачи. Кроме того, в ней появляются короткие интервью с различными экспертами, что значительно расширяет круги коммуникации по сравнению с другими программами в формате «эдутейнмент» и усиливает эффект непринужденного, межличностного общения. Что касается тематики передач в формате «эдутейнмент», то она достаточно разнообразна и варьируется от описаний физических явлений (I) до исторических справок о строительстве метро в Берлине (II).

В рамках лингвистического анализа были исследованы особенности речи модераторов радиопередач на различных языковых уровнях (фонетическом, морфологическом, синтаксическом и лексическом). В целом, на всех уровнях следует отметить наличие разговорных элементов, что объясняется, прежде всего, стремлением модераторов создать эффект межличностного, повседневного общения.

На **фонетическом уровне** в речи модераторов программ в формате «эдутейнмент» можно выделить следующие разговорные признаки: *редукцию* безударных гласных звуков и *ассимиляцию* согласных звуков. Редукция встречается, в частности, при выпадении дифтонга [ai] в неопределенном артикле («Monopoly, das ist ja 'n Spiel, bei dem es darum geht, möglichst schnell möglichst viel Kohle zu scheffeln»; I); при сращении смыслового или вспомогательного глагола с личным местоимением третьего лица среднего рода единственного числа («Vorher 'ne frische Folge unserer Wissensserie «Stimmt's» und da geht's heute um Ameisen»; I); выпадении окончания у глаголов в форме первого лица единственного числа («Und von ihr hab' ich erst mal erfahren, dass dieser Steinart Saalburger Marmor heißt, weil er aus Thüringen stammt»; II).

Кроме того, в речи модераторов передач в формате «эдутейнмент» встречается разговорное произношение глагола sein в настоящем времени третьем лице единственном числе – iss, вызванное прогрессивной ассимиляцией согласных звуков в конце формы глагола sein («Das Problem iss nur, die Algen produzieren auch geringe Menge an Gift, das sich in den Muscheln anreichert»; IV), а также разговорное произношение отрицания nein – ne («Ne, ich glaub, auch kein großer Zuckerfan»; I).

На **морфологическом уровне** в качестве разговорных элементов следует выделить *использование указательных местоимений вместо личных местоимений или существительных* («Es gibt aber mehrere Vermutungen. Zum Beispiel die <die Vermutung>, dass die Geschichte einfach auf die Verklemmtheit der Menschen damals zurückzuführen iss»; III).

Синтаксический языковой уровень характеризуется наличием разговорных конструкций, свойственных устной повседневной речи, и средствами речевой выразительности. В первую очередь, это относится к общественно-правовым радиостанциям. К разговорным конструкциям следует отнести *инверсию* («Haben wir wieder was gelernt»; II) и нарушение порядка слов, которое объясняется явлением *парцелляции* и выполняет функцию уточнения («Von nun an war die Forstverwaltung für die aufgefundenen Toten zuständig, für ihre Begräbnisse»; II). Кроме того, распространенным явлением можно признать употребление *эллиптических конструкций* («Immer schön Honig in den Tee und keinen Zucker»; I). К средствам речевой изобразительности следует отнести *риторические вопросы* («Was machte nun die Forstverwaltung? Die machte das, was früher die Angehörigen gemacht haben»; II), а также использование указательных местоимений в сочетании с именами собственными, что называется *пролеписом* и считается признаком эмфатического порядка слов³⁶ («Und es gibt auch einen Zeitzeugen, den Telefonisten der Reichskanzlei, den Rochus Misch»; II).

Лексический уровень особенно богат разговорными элементами и изобразительными средствами. Модераторы программ в формате «эдутейнмент», в частности, чаще прибегают к *разговорной лексике* (фамильярно-разговорное существительное die Kohle «деньги» – I; разговорный глагол buddeln «закапывать» – II; жаргонное существительное der Knacki, которое означает человека, сидящего в тюрьме или когда-либо отбывавшего срок в заключении – III). Кроме того, модераторы часто употребляют типичные для разговорной речи *сокращения частиц, местоимений и наречий* (mal вместо einmal в значении «однажды»; was вместо irgendetwas или etwas в значении «нечто, что-то»; rum вместо herum в значении «вокруг»).

³⁶ Наер Н.М. Стилистика немецкого языка. М., 2006. С. 185

Необходимо также отметить обилие *модальных частиц*, используемых модераторами в своей речи для усиления эмоций и подчеркивания своих мыслей. Наиболее распространенными являются частицы *ja* («Außerdem gerade gebratener Fisch wird ja gerne mit einem Stückchen Butter serviert» / «Помимо этого, только что обжаренную рыбу как раз подают с кусочком масла»; III); *eben* («grade beim starken Artilleriebeschuss konnten eben diese Frontverbindungen abreißen» / «как раз при сильном артиллерийском обстреле именно эти связи с фронтом могут прерваться»; II); *denn* («Und da fragt sie sich, was ist denn da dran eigentlich?» / «И тогда она задается вопросом, в чем же, собственно, дело?»); *D*; *wohl* («Erste Belege dafür gibt es wohl aus dem 18. Jahrhundert» / «Первые свидетельства тому появляются уже в XVIII веке»; IV).

Несмотря на специфику тематики радиопередач в формате «эдутейнмент», модераторы как общественно-правовых, так и частных радиостанций редко используют *термины и специальную лексику*. Если же модераторы прибегают к ним в речи, то, как правило, снабжают их пояснениями («der Waschbär ... eigentlich aus Amerika stammt. Invasive Art – heißt so was in der Fachsprache, weil er irgendwann eingeschleppt wurde» / «енот ... на самом деле происходит из Америки. Инвазивный вид – так это называется у специалистов, поскольку он был когда-то завезен»; II).

В качестве одного из средств выразительности ведущие используют фразеологизмы. Модераторы общественно-правовой радиостанции radioeins внедряют стилистически нейтральные *фразеологизмы и устойчивые выражения* («wie es zu seiner Zeit in Berlin ausgesehen hat. Wie Kraut und Rüben nämlich» / «как в то время выглядел Берлин. А именно очень хаотично»; II). Одновременно на частной радиостанции Radio ffn Niedersachsen акцент делается на разговорных и даже фамильярно-разговорных фразеологизмах, которые становятся предметом выпусков («Wurde der Daumen dagegen nach oben ausgestreckt, hieß das, Schwert zücken und kurzen Prozess machen» / «Если же большой палец был направлен вверх, это означало – надо обнажить меч и разделаться с неприятелем»; III).

Модераторы большинства радиостанций прибегают к *эпитетам* для усиления выразительности своей речи. В первую очередь, это относится к общественно-правовой берлинской радиостанции radioeins. Ведущая рубрики активно пользуется этим приемом для того, чтобы сделать свой монолог более

красочным («heldenhaft durch feindliches Sperrfeuer geflogen sind» / «героически пролетали через вражеский огонь»; II). Что касается эпитетов в речи модераторов на частных радиостанциях, то они встречаются крайне редко и не добавляют повествованию выразительности.

Модератор берлинской общественно-правовой радиостанции *radioeins* прибегает также к *метафорам*. В частности, ведущая использует выражение «Hautausschlag der Städte» в значении «сыпь городов» для описания внешнего вида западноевропейских городов в XIX веке, когда рекламные и другие объявления висели хаотично по всему городу («Man sprach damals noch Mitte des 19. Jahrhunderts vom sogenannten Hautausschlag der Städte. Also überall wird palimpsestartig plakatiert, wo immer es nur ging» / «Тогда, еще в середине XIX века, речь шла о так называемой «сыпи городов». Плакаты были развешены повсюду, один поверх другого, везде, где только было можно»; II).

Четвертая глава исследовательской части «Сопоставление формата «политейнмент» на общественно-правовых и частных радиостанциях» посвящена сравнительному анализу передач в формате «политейнмент». Этот частный случай формата «инфотейнмент» рассматривается на примере четырех программ, две из которых выходят на общественно-правовых радиостанциях N-JOY и *radioeins*, а еще две – на частных Radio ffn Niedersachsen и 105'5 Spreeradio. Северогерманская N-JOY представлена программой «Supermerkel»³⁷ («Супермеркель»), берлинская *radioeins* – передачей «Einfach Schroeder»³⁸ («Просто Шредер»). В качестве примеров на частной нижнесаксонской радиостанции *Radio ffn Niedersachsen* выбрана передача «Sturm aufs Leineschloss»³⁹ («Штурм Лайнешлосса»), а на частной берлинской 105'5 *Spreeradio* – «Neues vom Großstadt-Flughafen»⁴⁰ («Новости из аэропорта мегаполиса»).

Анализируемые программы в формате «политейнмент» представляют собой, по определению немецкого исследователя Андреаса Дёрнера⁴¹, *политическое развлечение*, то есть явление, подразумевающее использование средствами

³⁷ Далее обозначается – V.

³⁸ Далее обозначается – VI.

³⁹ Далее обозначается – VII.

⁴⁰ Далее обозначается – VIII.

⁴¹ Dörner A. Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt-am-Main, 2001.

массовой информации фигур политиков, политических тем и конфликтов для формирования медийной политической реальности. Большинство программ построены по принципу вымышленных диалогов. Исключением в данном случае является программа берлинской общественно-правовой радиостанции radioeins, которая представляет собой монолог ведущего.

Выбор действующих лиц и тематики передач в формате «политеймент» зависит от целевой аудитории радиостанций. На общественно-правовых радиостанциях N-JOY и radioeins журналисты поднимают темы федерального уровня (покупка беспилотников министерством обороны ФРГ, скандал из-за прослушки данных немецких граждан американскими спецслужбами), так как вещание этих радиостанций рассчитано на несколько федеральных земель. На частных радиостанциях Radio ffn Niedersachsen и 105'5 Spreeradio, напротив, выбирают героев, известных на региональном уровне, и обсуждают проблемы конкретного региона, поскольку вещание ограничивается одной федеральной землей.

Лингвистический анализ речи модераторов и действующих лиц передач в формате «политеймент» проводился по языковым уровням (фонетическому, морфологическому, синтаксическому и лексическому). В отношении особенностей стиля следует отметить наличие разговорных элементов на всех языковых уровнях и частое использование риторических приемов.

На **фонетическом уровне** можно выделить ряд разговорных черт, которые совпадают с теми, что были отмечены в речи модераторов в программах формата «эдутеймент»: *редукцию* безударных гласных звуков и *ассимиляцию* согласных звуков. Что касается специфических особенностей речи модераторов политических развлекательных программ, следует отметить сращение предлога с определенным артиклем среднего рода («Aber es geht um die NSA und ums Abhören»; V).

Специфической фонетической особенностью речи действующих лиц на 105'5 Spreeradio, отличающей ее от героев других радиостанций, является отчетливая *диалектальная окраска* речи одного из персонажей. В данном случае речь идет о берлинском диалекте, который на уровне фонетики проявляется в следующих признаках: превращении дифтонга [ai] в долгое [e:] («zum Glück verteilen Sie aber keene Kalender»; VIII); замене согласного [s] в конце местоимений

на [t] («Wat sagen Sie dazu?»; VIII); замене местоимения «das» на «dit» или «det» («Können Sie mir dit erklären?»; VIII); замене звука [ç] в личном местоимении первого лица единственного числа «ich» на смягченный [k] («Ick bedaure nicht, wenn die Leute warten müssen»; VIII); замене дифтонга [au] на [ɔu] («der Tweet muss ja für die Leute ouch interessant sein»; VIII); замене согласного звука [g] в позиции перед гласным на [j] («ick habe eindeutije Hinweise, dass auch wir vom Jeheimdienst ausspioniert werden»; VIII).

На **морфологическом и синтаксическом уровнях** можно выделить те же разговорные особенности, которые свойственны речи модераторов программ в формате «эдутейнмент».

Модераторы передач в формате «политейнмент» прибегают к более разнообразным приемам и средствам выразительности на **лексическом уровне**. В первую очередь, необходимо выделить черты, сходные с форматом «эдутейнмент»: использование *разговорной, фамильярно-разговорной* и даже *грубой лексики*; использование *разговорных сокращенных местоимений, наречий, частиц и коррелятов*; активное употребление *модальных частиц*.

Ввиду того, что передачи в формате «политейнмент» зачастую представляют собой эмоционально окрашенную, диалогическую речь, действующие лица часто прибегают к *междометиям*: na («Na los, fragen Sie mich was»; V); äh («äh, wo war ich stehengeblieben?»; VII); ach («Ach, bevor ich vergesse»; V).

Следует отметить также, что в речи модераторов и действующих лиц в программах формата «политейнмент» часто встречаются *англицизмы*. В ряде случаев они являются естественной частью речевого потока (заимствование из английского *so on* в значении «так далее»: «Das sind Inseln wie Zypern, die Cayman Islands und so on» / «Это такие острова, как Кипр, Каймановы острова и так далее»; VI). Более того, на частных радиостанциях в передачах в формате «политейнмент» используются целые фразы на английском языке («Reality's not what it seems» / «Реальность не такова, какой кажется»; VII). Впрочем, большинство англицизмов в программе на радиостанции Radio ffn Niedersachsen внедряются в речь одного из героев, так как его прототип – немецкий политик – имеет двойное немецко-британское гражданство. Вкрапления в его речь иностранных фраз и заимствований производят комический эффект («Mehr migration background geht

doch gar nicht» / «Еще больше миграционного происхождения нельзя и представить»; VII).

В речи героев передач в формате «политейнмент», как и в формате «эдутейнмент», встречаются разговорные *фразеологизмы и устойчивые выражения* (разговорное den Bach runtergehen в значении «сходить на нет» V; фамильярно-разговорное Schicht im Schacht sein в значении «закончиться, не удался» VIII).

Отличительной особенностью формата «политейнмент», с точки зрения лексических средств, является обилие риторических приемов. В частности, модератор на общественно-правовой радиостанции radioeins активно использует в своей речи *эпитеты* для характеристики политических фигур, которые становятся героями его передачи («Ausgerechnet Thomas de Maiziere, dieser brave Parteisoldat, der immer effizient, zielsicher und geräuschlos war» / «Именно Томас де Мезьер, этот храбрый партийный солдат, который всегда был продуктивным, целеустремленным и незаметным»; VI).

Еще одним распространенным приемом, к которому прибегают модераторы для создания образности, является *метафора*. Наиболее развернутые метафоры можно встретить в монологах ведущего общественно-правовой радиостанции radioeins: «Auf jeden Fall haben die selbsternannten Internetneuländer mal wieder bewiesen, was sie am besten können. Die Boatpeople aus Analogistan von der Küste mit der Herablassung der Festlandbewohner herzlich verrecken lassen, bis sie vom Sturm aus ihren Booten geblasen werden» / «В любом случае самопровозглашенные обитатели Интернета снова продемонстрировали, что они умеют делать лучше всего: любезно, со снисходительностью человека на суше дать «людям в лодках» из Аналогистана подышать у берега, пока их не сдует из лодок во время шторма» (VI). В данном случае модератор описывает скандал, спровоцированный словами канцлера Ангелы Меркель о том, что Интернет является для нее «неизведанной территорией». Ведущий представляет Интернет как отдельную страну со своими коренными жителями (Internetneuländer), которые не подпускают к своей территории людей из мира старых аналоговых, а не цифровых технологий (Analogistan). Помимо этого, картина, которую рисует ведущий, ассоциируется с попытками африканских беженцев добраться в лодках до Европы, а пограничные

страны далеко не всегда готовы их принять и в ряде случаев беженцы погибают в море. Эта ассоциация усиливается за счет использования термина Boatpeople, заимствованного из английского языка и первоначально относившегося к вьетнамским беженцам. Название страны аналоговых технологий образовано по тому же образцу, что и Афганистан или Пакистан и, как следствие, вызывает прямую ассоциацию с неблагополучными странами третьего мира.

Помимо этого, в передачах в формате «политейнмент» часто используется прием *языковой игры*:

«Emsig: Ach Chef, dat iss doch ein Smartphone.

Mehrkorn: Ach, da bin ich ja beruhigt. Dann ist denn hier wenigstens irgendwas smart» /

«Эмзиг: Ах шеф, это же смартфон.

Меркорн: А, ну тогда я спокоен. Тогда хоть у кого-то здесь есть мозги»
(VIII)

Этот диалог приобретает комический эффект из-за обыгрывания заимствования из английского – прилагательного smart в значении «умный». В первом предложении оно выступает как часть сложного слова, также заимствованного из английского das Smartphone («умный телефон»), а во втором – как часть составного сказуемого.

Стоит выделить также несколько риторических приемов, которые не встречаются повсеместно, а являются типичными для речи модераторов и действующих героев отдельных передач в формате «политейнмент». В частности, ведущий общественно-правовой радиостанции radioeins прибегает к таким приемам, как *сравнение и оксюморон*. Во фразе «Das Netz nach über 15 Jahren immer noch «Neuland» zu nennen, das iss wie Magdeburg immer noch als DDR zu bezeichnen» / «Называть Сеть «неизведанной территорией» после 15 лет ее существования – это то же самое, что до сих пор называть Магдебург территорией ГДР» (VI) обыгрывается цитата из речи канцлера ФРГ Ангелы Меркель, которая назвала Интернет das Neuland, то есть «неизведанной территорией». Сравнение, приведенное модератором берлинской радиостанции, строится на абсурдности заявлений о том, что Магдебург входит в состав ГДР, так как этого государства больше не существует. Таким образом высмеивается технологическая консервативность главы государства.

В качестве примера оксюморона можно привести следующую фразу: «herzlich verrecken lassen» в значении «любезно дать сдохнуть» (VI). Это выражение описывает отношение активных пользователей Интернета к тем, для кого он остается технологической новинкой.

На частной радиостанции Radio ffn Niedersachsen модератор использует прием *смешения стилей* ради создания эффекта иронии. В частности, в предложении «die Versagerbande im Leineschloss nebst ihrem Grüßaugust David McTornister» / «банда предателей в Лайнешлоссе вместе с их лакеем Давидом Макторнистером» (VII). В этом предложении сочетаются пейоративное шутливое обозначение группы единомышленников *die Bande*, устаревший предлог *nebst* со значением «вместе» и фамильярно-разговорное, шутливое обозначение швейцара в отеле, а в переносном значении человека, обладающего только формальной, но не фактической властью – *der Grüßaugust*.

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования. В результате анализа языкового материала были выполнены поставленные цели и задачи: выявлены лингвистические особенности немецких радиоформатов «эдутейнмент» и «политейнмент», установлены различия и сходства подобных программ на общественно-правовых и частных радиостанциях, а также определено место формата «инфотейнмент» (включающего в себя подформаты «эдутейнмент» и «политейнмент») в рамках публицистического стиля. В ходе исследования были выявлены как ключевые экстралингвистические особенности радиопередач в формате «эдутейнмент» и «политейнмент», так и лингвистические особенности речи модераторов на фонетическом, морфологическом, синтаксическом и лексическом уровнях.

На основании проведенного анализа выделены *три основных признака медиафеномена «инфотейнмент»*:

- преобладающее значение имеет функция развлечения, тогда как функция информирования отходит на второй план;
- развлекательность достигается выбором тематики и ее подачей;
- эффект межличностной коммуникации (который играет особенно важную роль) на лингвистическом уровне достигается, в первую очередь, за счет разговорной окрашенности речи модераторов и героев передач.

На базе проведенного исследования представляется возможным считать *медиаформат «инфотейнмент» особым подстилем внутри публицистического стиля*, наряду с информационным (выполняющим функцию информирования) и собственно-публицистическим (выполняющим функцию убеждения) подстилями, выделяемыми Н.И. Клушиной. Медiateксты в формате «инфотейнмент» по формальным признакам безусловно относятся к публицистическому стилю: их отличительными особенностями являются актуальность тематики, периодичность появления и массовость распространения. Что касается функциональных признаков, то здесь информационно-воздействующая функция скрывается за развлечением.

В **приложении** представлены расшифровки проанализированных радиопрограмм.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

- **Ерёмина Д.А. Средства выразительности в радиопрограммах формата «политейнмент» (на материале немецких общественно-правовых радиостанций N-JOY и RADIOEINS) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2014. - №8 (38). Ч. II. – С. 64-66.**
- **Ерёмина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в российских и немецких исследованиях масс-медиа // Электронный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп». – М., 2013 [Электронный ресурс]. - №4. – URL: <http://www.mediascope.ru/node/1429> (дата обращения: 26.05.2014). – 18305 знаков.**
- **Ерёмина Д.А. Тенденция к развлекательности современных массмедиа в контексте философской традиции // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. – М., 2013. - №4. – С. 37-43.**
- **Ерёмина Д.А. Сближение концепций общественно-правовых и частных радиостанций Германии (на материале утренних шоу радиостанций NDR2 и**

Radio ffn) // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2011». – М.: МАКС Пресс, 2011 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1281/5259_8c61.pdf (дата обращения: 26.05.2014). – С. 1-3.

- Ерёмина Д.А. Становление и лингвистические особенности информационно-развлекательного стиля немецких радиопрограмм // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2010». – М.: МАКС Пресс, 2010 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2010/24-11.pdf (дата обращения: 26.05.2014). – С. 12-14.
- Ерёмина Д.А. Признаки ритуализации диалога в развлекательных радиопрограммах (на материале утреннего шоу «Naaske und Co» немецкой радиостанции RS2) // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2009». – М.: МАКС Пресс, 2009 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. – URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/20_6.pdf (дата обращения: 26.05.2014). – С. 4-6.