



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 811.11-112

Дата поступления: 11.01.2021
рецензирования: 24.02.2021
принятия: 26.02.2021

Стратегии объективного/субъективного информирования в электронных немецкоязычных СМИ

М.А. Черезова

Самарский юридический институт ФСИН России, г. Самара, Российская Федерация
E-mail: kuprijanova07@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2728-3501>

Аннотация: Статья посвящена изучению языковой реализации стратегий объективного/субъективного информирования в комплексе электронных текстов (статья + комментарий) из современных немецких СМИ. Материалом исследования послужили первичные тексты сообщений на актуальную тематику из газеты ZEIT ONLINE и журнала Focus Online, а также вторичные тексты сообщений в виде комментариев от массового читателя. Проведенный анализ показал, что стратегическая программа в изучаемом дискурсивном пространстве СМИ представляется сложным многокомпонентным целым, обусловленным как интенционными установками отправителя сообщения, так и особыми условиями взаимодействия в интернет-пространстве. Актуальность проводимого исследования определяется необходимостью рассмотрения вербальной организации и реализации выбранных для анализа и упорядоченных по шкале «объективность – субъективность» стратегий информирования. Автором подчеркивается участие средств различных уровней системы немецкого языка в процессе наложения и интенционной смены стратегий. Акцент сделан на том, что стратегическая программа отправителя сообщения в электронной среде может быть угадана получателем, но отнюдь не всегда находит свое продолжение в комментариях. Научная новизна исследования обусловлена тем, что в электронных немецких СМИ комментатор, выбирая для себя подходящие стратегии, может перевести полемику на основе прочитанного им в статье в новое русло. В ходе языкового анализа замечено, что для электронной статьи наиболее характерны стратегии объективного информирования (стратегия детализации, информационно-интерпретационная стратегия, стратегия логического убеждения и стратегия уклонения от истины), а для электронного комментария более вероятен выбор стратегии субъективного информирования (стратегии контроля над темой, стратегии апеллирования к чувствам и стратегии оценки).

Ключевые слова: стратегическая программа; отправитель и получатель электронного сообщения; стратегия детализации; информационно-интерпретационная стратегия; стратегия логического убеждения; стратегия уклонения от истины; стратегия контроля над темой; стратегия апеллирования к чувствам; стратегия оценки; немецкий язык.

Цитирование. Черезова М.А. Стратегии объективного/субъективного информирования в электронных немецкоязычных СМИ // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27, № 1. С. 172–177. DOI: <http://doi.org/10.12287/2542-0445-2021-27-1-162-171>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Черезова М.А., 2021

Мария Александровна Черезова – кандидат филологических наук, заместитель начальника кафедры философии и общегуманитарных дисциплин, майор внутренней службы, Самарский юридический институт ФСИН России, 443022, Российская Федерация, г. Самара, Рыльская, 24 в.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 11.01.2021
Revised: 24.02.2021
Accepted: 26.02.2021

Objective / subjective information strategies in electronic German media

M.A. Cherezova

Samara Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, Samara, Russian Federation
E-mail: kuprijanova07@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2728-3501>

Abstract: The article is devoted to the research of linguistic implementation of objective / subjective information strategies in the complex of electronic texts (article + comments) from modern German media. The material of the research was the primary texts of messages on topical issues from the newspaper «ZEIT ONLINE» and the magazine «Focus Online» as well as secondary texts of messages in the form of comments from the general reader. According to the analysis it is obvious that the strategic program in the studied discursive space is a complex multicomponent system due to both the intentional attitudes of the sender of the message and the special conditions of interaction in the Internet space. The topicality of the research is determined by consideration of verbal organization and implementation of the information strategies chosen for analysis and sorted on the «objectivity – subjectivity» scale. The author emphasizes the use of means of different levels of the German language in the process of overlapping and intentional change of strategies.

The emphasis is made on the fact that the strategic program of the message sender in the electronic environment can be guessed by the recipient, but there is no further continuation in the comments. The scientific novelty of the research is determined by the fact that in electronic German media a commentator, choosing suitable strategies of his own can turn the polemics based on what he read in the article into a new direction. In the course of the language analysis, it is noticed that for an electronic article, strategies of objective information are the most typically ones (detail strategy, information and interpretation strategy, logical persuasion strategy and evasion of the truth strategy), and for an electronic comment, it is more common the choice of subjective information strategy (control over the topic strategy, feelings appeal strategies and evaluation strategies).

Key words: strategic program; sender and recipient of e-message; detail strategy; information and interpretation strategy; logical persuasion strategy; evasion of the truth strategy; control over the topic strategy; feelings appeal strategy; evaluation strategy.

Citation. Cherezova M.A. Objective / subjective information strategies in electronic German media. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2021, vol. 27, no. 1, pp. 162–171. DOI: <http://doi.org/10.12287/2542-0445-2021-27-1-162-171>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: author declares no conflict of interest.

© Cherezova M.A., 2021

Maria A. Cherezova – Candidate of Philological Sciences, deputy chief of the Department of Philosophy and General Humanities, major of internal service, Samara Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, 24, Rylyskaya Street, Samara, 443022, Russian Federation.

Введение

Современная лингвистика активно исследует проблемы реализации языковых стратегий разного вида, благодаря которым адресант, руководствуясь личными или коллективными (например, от лица издательства газеты или журнала) целями и задачами, выстраивает выгодным для него образом пространство высказывания. Эти особенности проявляются и в интересующих нас электронных немецких СМИ ФРГ. Но, прежде чем обратиться непосредственно к языковому анализу средств организации стратегического плана электронного сообщения, рассмотрим предложенные ранее классификации стратегий передачи информации (назовем их *стратегиями информирования*) и выделим те из них, которые будут показательны для немецкоязычного медийного пространства ФРГ.

Некоторые исследователи сходятся во мнении, что следующие стратегии являются основополагающими и концептуально описывают главные социальные процессы, порождающие в дальнейшем коммуникационные действия: *презентационные, манипуляционные* (или *манипулятивные*) [Веретенкина 2001, с. 179, Филатова 2017, с. 68–71]) и *конвенциональные стратегии* [Дацюк 2006].

Исследования стратегического плана текста на примере германских языков занимают довольно обширную часть современных лингвистических исследований. Так, например, А.Ю. Киселев предлагает исследование коммуникативных авторских стратегий на примере немецкого научно-популярного дискурса (Киселев 2012, с. 6). Им выделяются следующие типы: *стратегии аттракции* и *стратегии модализации*. Авторским стратегиям на примере англоязычного политического дискурса посвящены разработки Н.Л. Ноблок, выделяющей *стратегию смысловых замен, стратегию переноса оценочного фона, стратегию детализации* и *стратегию смыслового «окна»* (Ноблок 2007, с. 7–8).

Для устного политического дискурса, по определению О.Н. Паршиной, характерными выступают следующие коммуникативные стратегии, организующие внутреннее пространство высказыва-

ния: *информационно-интерпретационная, аргументативная, агитационная и манипулятивная стратегии* (Паршина 2005).

А.Ю. Лапшина, исследуя нарративное интервью как переходную дискурсивную форму на материале немецкого языка, выделяет *стратегию обеспечения понимания, стратегию контроля над темой* и *эмоционально-настраивающую стратегию* как ведущие в изучаемом пространстве текста [Лапшина 2010, с. 282–288].

Ряд современных ученых выделяет в рамках новостного (политического) дискурса *стратегию уклонения от истины* (Миронина 2012, с. 5) [Семенова 2019, с. 32–39] как один из основных видов коммуникативных стратегий и вариант более обширной стратегии – *стратегии эвфемизации* [Абрамичева 2019, с. 12–30, Трушина 2019, с. 207–211]. О.О. Сподарец исследует в новостном политическом медиа-дискурсе две значительные группы стратегий на примере английского языка: *стратегия объективного информирования* и *стратегия субъективизации* (Сподарец 2011, с. 5).

Согласимся с мнением Ю.В. Куниной, что в сетевых политических текстах стратегия (это может быть, по ее утверждению, *стратегия логического убеждения, стратегия оценки, стратегия апеллирования к чувствам* или *стратегия оптимизации языковых средств*) играет роль своего рода «моста» между целью и средствами ее достижения (Кунина 2008, с. 47). В процессе коммуникации отправитель электронного сообщения, опираясь на выбранную им стратегию, организует языковой план высказывания таким образом, чтобы средства обеспечивали максимально адекватное понимание высказывания со стороны реципиента.

Основная часть

Представленные выше классификации стратегий потребовали на основе собственных критериев систематизировать виды вербальной организации высказывания в исследуемой нами дискурсивной практике. Обобщив имеющиеся типологизации и учитывая свои личные наблюдения языкового плана над электронными текстами СМИ ФРГ,

мы придерживаемся собственной рабочей классификации стратегий, организующих внутреннее пространство высказывания.

Материалом исследования послужили первичные тексты сообщений на актуальную тематику из газеты ZEIT ONLINE и журнала Focus Online, а также вторичные тексты сообщений в виде комментариев от массового читателя.

Выделенная нами группа стратегий (стратегии объективного / субъективного информирования) отличается направленностью на содержательный смысл высказывания (другую группу стратегий – контактные стратегии мы подробно рассмотрели и проиллюстрировали ранее [Черезова 2019, с. 165–171]). В представленной группе мы упорядочили стратегии по шкале «объективности – субъективности», от отражающих смысл написанного в электронном сообщении наиболее/наименее объективным образом, что близко к точке зрения немецких исследователей, рассматривающих политическую коммуникацию как сочетающую в себе информационную и развлекательную (оценочную) функцию [Kleinen-von Königslöw, 2013, S. 35–51]. Мы выделили следующие стратегии: *стратегия детализации* (передача реципиенту новых знаний / новых представлений о предмете речи); *информационно-интерпретационная стратегия* (представление информации, сопровождаемое интерпретацией со стороны адресанта); *стратегия логического убеждения* (ориентир на убеждение реципиента выразить согласие с выбранным говорящим мнением); *стратегия уклонения от истины* (направлена на сокрытие негативных проявлений действительности, последствий неприглядных политических или иных мер); *стратегия контроля над темой* (выражается в выборе темы сообщения и оказании влияния на смену темы, если это необходимо); *стратегия апеллирования к чувствам* (нацелена на создание определенного эмоционального настроя у реципиента, стремление завоевать его доверие, апеллировать к ценностям, потребностям, чувствам аудитории); *стратегия оценки* (выражается в сопровождении описываемых событий позитивной / негативной оценкой, которая может быть выражена эксплицитно / имплицитно).

Следует отметить, что стратегическая реализация задуманного адресантом плана высказывания практически никогда не находит отражения только в одной выбранной стратегии. Именно поэтому процесс вербализации сообщения в современном немецкоязычном медиадискурсе представляется нам как сложный многокомпонентный процесс, где организация стратегической программы происходит по принципу наложения выбранных для исследования стратегий или по принципу их интенциональной последовательной смены.

Перейдем к лингвистическому анализу используемых отправителем электронного сообщения средств при реализации стратегий объективного / субъективного информирования, в соответствии с которыми строится содержательный план выска-

зывания. Для исследования мы будем обращаться не только непосредственно к текстам журналистских статей, но и к электронным комментариям к ним читательской аудитории. Подобный анализ двух типов текста позволит, на наш взгляд, раскрыть особенности стратегического развития программы общения, где «соучастниками» при реализации разноплановых стратегий выступают отправитель и массовый получатель электронного сообщения.

Реализации наиболее объективной стратегии детализации могут служить числовые данные, приводимые в статье в целях подтверждения достоверной информации, из чего можно сделать вывод, что в качестве дополнения (или, наоборот, в качестве ведущей) может выступать другая, менее объективная стратегия логического убеждения. Для исследуемого нами медийного пространства редко присуща информативность в чистом виде. Как правило, автор сообщения имеет конечную цель – убедить читателя принять выбранную говорящим (пишущим) точку зрения.

Пример статьи:

Der Lockdown wirkt: Nachdem die Infektionszahlen im Dezember *stark angestiegen* waren, lässt sich seit Januar ein *deutlicher Rückgang* der Zahlen beobachten. Auch die Zahl der Intensivpatienten und die Zahl der täglichen Todesfälle sind *in den letzten Wochen gesunken*. Doch die Situation bleibt *gefährlich*. Immer noch stecken sich *sehr viele* Menschen mit dem Coronavirus an. Zudem befürchten Forscher und Wissenschaftlerinnen, dass sich auch in Deutschland *deutlich* ansteckendere Virusvarianten, wie sie bisher vor allem in Großbritannien und Südafrika aufgetreten sind, verbreiten und so die Infektionszahlen *nach oben* treiben könnten. *Der Lockdown wurde deswegen bis zum 7. März verlängert* <...>

Der Grenzwert von 50 Neuinfektionen pro 100.000 Einwohnern wird weiterhin in großen Teilen Deutschlands überschritten. In den Krankenhäusern und auf den Intensivstationen werden *immer noch deutlich mehr* Menschen mit Covid-19 behandelt als im Frühjahr. Und auch die Zahl der täglichen Todesfälle durch Covid-19 liegt *weiterhin sehr hoch*. Seit Beginn der Pandemie wurden in Deutschland 2.340.562 *Infektionen* mit dem Coronavirus gemeldet. 65.552 Menschen sind bereits verstorben <...>

Примеры комментариев (орфография и пунктуация авторские):

a) Der *starke Rückgang* bei Todeszahlen und Intensivbehandlungen sind *echt gute* Neuigkeiten.

Das lässt mich *etwas aufatmen* und *tut der Seele gut*.

b) <...> Corona ist *sicher viel stärker* als ein Grippe. Und für alte Menschen *sehr gefährlich*. Aber auch *nicht mehr*. Corona berechtigt *nicht*, unseren Staat so zu verändern, wie es im Moment passiert.

Und auch *dann nicht*, wenn es 150.000 Tote geben würde. Unser Staat ist *mehr Wert*. Und ich bin *ziemlich sicher*, daß die Folgeschäden dies alles um ein Vielfaches übersteigen werden, daß wird man *die nächsten Jahre deutlich* sehen (ZEIT ONLINE 2021).

В приведенном тексте статьи мы видим, что с первых строк стратегии логического убеждения

подчинен языковой план, где выражена основная идея *Der Lockdown wirkt*. Именно в этом старается отправитель сообщения убедить аудиторию (<...> *die Situation bleibt gefährlich; Der Lockdown wurde deswegen bis zum 7. März verlängert*). Стратегия детализации, организующая основной корпус текста, выражена в выборе следующих языковых средств: числительных, выражающих время и количество заболевших / умерших (*seit Januar; in den letzten Wochen, bis zum 7. März, 2.340.562 Infektionen, 65.552 Menschen*); повторов прилагательных и наречий, отражающих современное состояние или развитие хода пандемии (*deutlicher Rückgang* → *deutlich ansteckendere Virusvarianten* → *immer noch deutlich mehr Menschen*); сравнительных конструкций (*sehr viele Menschen* → *mehr Menschen, als im Frühjahr*).

Как можно наблюдать в комментариях к статье, читательская аудитория поддается убеждению, что прослеживается в стратегическом и в языковом плане. Комментатор в примере *a* выбирает вслед за отправителем сообщения сочетание стратегии логического убеждения и детализации, которые читаются в начале предложения: *Der starke Rückgang bei Todeszahlen und Intensivbehandlungen*. Следовательно, как можно заметить, он использует те же лексические единицы, что встречались в первичном тексте. В продолжение авторского выбора стратегий комментатор прибегает к реализации еще и стратегии оценки, что выражено в позитивном настрое относительно описываемых событий (выбор и повтор прилагательного *echt gute Neuigkeiten – tut der Seele gut*).

Позиция автора комментария *b* в начале текста близка выбранному стратегическому курсу статьи, что в языковом плане выражается в выборе идентичной оценочной лексики (*sehr gefährlich*) и сравнения (*Corona ist sicher viel stärker als ein Grippe*). Указанные вербальные средства наводят на мысль, что отправитель, а вслед за ним и получатель придерживаются еще одной значимой стратегии – стратегии апеллирования к чувствам: чувство страха, как предполагалось автором статьи, найдет отклик у массовой читательской аудитории, поскольку инстинкт самосохранения характерен для любого представителя социума. Но далее комментатор выбирает и развивает, как и первый комментирующий, стратегию оценки, что примечательно, в совершенно противоположном ключе – оценка явно негативная. Это читается в неоднократных отрицаниях (*nicht mehr, berechtigt nicht, auch dann nicht*), хотя выбор лексических единиц (*deutlich*), числительных (*150.000 Tote*), сравнительных конструкций (*wie es im Moment passiert, mehr Wert*) по-прежнему содержит влияние и отсылку к первичному сообщению.

Реализацию информационно-интерпретационной стратегии можно проследить в статье *Kaukasus-Konflikt: Merkel dringt auf politische Lösung* (FOCUS Online 2013). Отправитель электронного сообщения отсылает читателя к перво-

источнику информации и интерпретирует высказывания бывшего президента словами нынешнего Президента Германии. Это должно способствовать наиболее объективной и максимально нейтральной подаче материала. Интерпретация выражена в выборе глагола *sich distanzieren von*, в цитации политического лидера, употреблении формы конъюнктива I для передачи косвенной речи.

Пример статьи:

<...> Steinmeier *distanzierte sich* auch von Schuldvorwürfen, die Schröder im «Spiegel» an Georgiens Präsident Michal Saakaschwili gerichtet hatte. Dieser sei ein «*Hasardeur*» und *habe* den Krieg ausgelöst, hatte Schröder gesagt <...>

Примеры комментариев (орфография и пунктуация авторские):

a) *Schröder* hat die Situation *klar* dargestellt. Diese Meinung können *natürlich* Politiker wie Merkel oder Steinmeier *nicht teilen*. Sie sind *ja schließlich* hinsichtlich ihrer Meinungsbildung *abhängig* von den USA und anderen Kräften.

b) *Ich glaube nicht*, dass die Amis und der Bush hinter allem stecken, was auf dieser Erde so schief läuft. Die *kritischen Stimmen* diesbezüglich *mehren sich*. Warum sich Frau Merkel im Ausland so derart einsetzt, während sie im Inland *nichts* auf die Reihe bringt, *kann ich nicht nachvollziehen*.

c) *Ich glaube dieser Dame kein einziges Wort mehr. Auch nicht unseren Medien* (FOCUS Online 2013).

Во всех приведенных комментариях можно заметить, что ответ реципиента оказался совершенно иной, чем мог бы предположить отправитель электронного сообщения. Каждый из трех комментариев содержит отрицание, которое выражено по-разному. Всего один раз встречается отрицательная частица – в примере *a* *nicht teilen*. Однако в реализации выбранных стратегий (апеллирования к чувствам и стратегии оценки) выступают прилагательные и частицы (*klar; natürlich, ja schließlich, abhängig*). В примере *b* отрицательная конструкция используется три раза (*glaube nicht, nichts... bringt, kann... nicht nachvollziehen*). Кроме того, воздействующий потенциал содержит второе предложение, где выражение *kritischen Stimmen mehren sich* представляет авторскую оценку описываемых в статье событий.

В примере *c* мы можем проследить довольно интересную реализацию авторской стратегической программы (наложение стратегии контроля над темой, стратегии уклонения от истины и стратегии оценки). В построении самого текста комментария мы видим, что автор намеренно выносит в заголовок начало предложения, утверждающего доверие к «этой даме» (эвфемизм описывает канцлера Германии Ангелу Меркель), что может ввести в заблуждение, но на этом и делает акцент отправитель комментария. Экспрессивности суждению придают лексические единицы (*kein einziges*) и синтаксические (парцелляция *Auch nicht unseren Medien*) средства языка.

Обманчивой для читателя оказывается стратегическая программа статьи *Verteidigungsetat*:

Kosten für Afghanistan-Einsatz steigen enorm an, которая на первый взгляд посвящена выделению денежных средств, что заявлено в том числе и в ее заголовке. Отправитель электронного сообщения оперирует точными числовыми данными, которые подтверждают заявленное в заголовке отклонение от нормы, то есть можно предположить, что содержание статьи подчинено стратегии логического убеждения. Для еще большей убедительности приводится сравнение с предыдущим годом.

Пример статьи:

<...> Die Kosten steigen im Vergleich zum laufenden Jahr voraussichtlich um 215 Millionen auf 785 Millionen Euro <...> Dazu zählen die Erhöhung der Zulage für die in Afghanistan eingesetzten Soldaten von 92 auf 110 Euro pro Tag <...> Die jetzige Obergrenze von 4500 Soldaten soll dabei nicht verändert werden. Die Zustimmung gilt als sicher <...> Nach Informationen der New York Times will Obama zwischen 25.000 und 30.000 zusätzliche Soldaten an den Hindukusch schicken. Damit könnte sich der Druck auf die europäischen Bündnispartner erhöhen, ebenfalls mehr Kräfte einzusetzen <...> (ZEIT ONLINE 2009).

Множественные числовые данные на самом деле лишь «украшают» повествование, которое затрагивает более серьезную тему политического противостояния двух держав – США и ФРГ – в вопросе выделения дополнительных военных сил. На основе этого мы приходим к выводу, что автор статьи реализует стратегию уклонения от истины и стратегию контроля над темой. Противостоящие стороны настроены решительно, о чем можно судить по выбору лексической единицы *sicher*, модального глагола *sollen*, отрицания *nicht* для выражения позиции Германии по обсуждаемому вопросу; для выражения позиции США используется другой модальный глагол (*wollen*), лексические единицы (*der Druck*, *erhöhen*), сравнение (*mehr*). При вербализации указанных стратегий в исследуемой дискурсивной практике часто используется форма пассивного залога, как и в приведенном примере, что позволяет автору сообщения дистанцироваться от описания событий и снять ответственность за предлагаемую к обсуждению информацию.

К цитируемой статье среди читателей оставлен лишь один комментарий, в котором, однако, можно проследить развитие авторских стратегий.

Пример комментария (орфография и пунктуация авторские):

Ruhm sieht *anders* aus.

Nach den Erklärungen von Herrn Jung *bin ich enttäuscht* über die Fach- und Führungskräfte der Bundeswehr. Der 4. September könnte für die Bundeswehr noch zu einem Debakel werden.

<...> *Wichtig* war auch, Taliban gefangen zu nehmen und Zivilisten zu retten. Ist wirklich *nichts* passiert.

Hat die Nato erst am 8.9. den Fall bürokratisch behandelt <...> (ZEIT ONLINE 2009).

В читательском комментарии числовые данные, отсылающие к информационному плану ста-

ть, отражают реализацию стратегии детализации (объективная передача содержания прочитанного). В целом же текст комментария подчиняется выбранной в статье стратегии контроля над темой. В языковом плане это начинается с заголовка *Ruhm sieht anders aus* и находит продолжение в предложениях, содержащих прямо противоположные утверждения (*Wichtig war auch, Taliban gefangen zu nehmen und Zivilisten zu retten ≠ Ist wirklich nichts passiert*). Кроме того, комментатор исходит в своем повествовании из позиции разочарованного действиями политиков гражданина, что в первом предложении открыто обозначено словами *bin ich enttäuscht*. В дальнейшем авторской стратегии апеллирования к чувствам починен весь последующий выбор лексического и синтаксического плана высказывания (ср.: *Wichtig war auch; Hat die Nato erst am 8.9. den Fall bürokratisch behandelt*).

Заключение

Итак, подведем итоги анализа текстов статей и комментариев из электронных немецкоязычных СМИ ФРГ. Стратегический рисунок в выбранном для исследования материале представляется довольно сложным и многосоставным целым. Стратегическая программа отправителя электронной статьи, равно как и получателя, может включать наложение или смену стратегий объективного/ субъективного информирования, которые мы упорядочили в рамках данного исследования относительно современного немецкоязычного медиaproстранства от наиболее до наименее объективных. В ходе лингвистического анализа отмечается закономерность, что для текста электронной статьи наиболее характерен выбор отправителем сообщения в пользу стратегии объективного информирования (стратегия детализации, информационно-интерпретационная стратегия, стратегия логического убеждения и стратегия уклонения от истины), а для текста электронного комментария наиболее показателен набор стратегий субъективного информирования (стратегия контроля над темой, стратегия апеллирования к чувствам и стратегия оценки). Кроме того, результаты анализа позволяют говорить о том, что все указанные стратегии получают выражение на стилистико-синтаксическом и лексико-грамматическом уровнях системы немецкого языка.

Материалы исследования

ZEIT ONLINE 2021 – *Coronavirus-Karte für Deutschland: Coronavirus in Deutschland und der Welt – alle Zahlen im Überblick*. URL: <https://www.zeit.de/wissen/gesundheit/coronavirus-echtzeit-karte-deutschland-landkreiseinfektionen-ausbreitung>.

FOCUS Online 2013 – *Kaukasus-Konflikt: Merkel dringt auf politische Lösung*. URL: http://www.focus.de/poli-tik/ausland/kaukasus-konflikt-merkel-dringt-auf-politische-loesung_aid_325410.html.

ZEIT ONLINE 2009 – *Verteidigungsetat: Kosten für Afghanistan-Einsatz steigen enorm an*. URL: <http://www.zeit.de/wissen/325410.html>.

www.zeit.de/politik/ausland/2009-11/afghanistan-kosten-erhoehung.

Киселев 2012 – *Киселев А.Ю.* Адресные стратегии в научно-популярном дискурсе (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2012. 22 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30364477>.

Кунина 2008 – *Кунина Ю.В.* Прагматические стратегии сетевых политических текстов: на материале англоязычных публикаций: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2008. 202 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16149313>.

Миронина 2012 – *Миронина А.Ю.* Политические эвфемизмы как средство реализации стратегии уклонения от истины в современном политическом дискурсе (на материале публичных выступлений Б. Обамы): дис. ... канд. филол. наук. Киров, 2012. 177 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19272819>.

Ноблок 2007 – *Ноблок Н.Л.* Авторские стратегии в англоязычном политическом дискурсе: на материале теледебатов Дж. Буша-Дж. Керри: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2007. 177 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19188747>.

Паршина 2005 – *Паршина О.Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005. 48 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15807791>.

Сподарец 2011 – *Сподарец О.О.* Реализация стратегии субъективизации в новостном политическом медиадискурсе: на материале современного английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2011. 24 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30358103>.

Библиографический список

Kleinen-von Königslöw 2013 – *Kleinen-von Königslöw K.* Politische Kommunikation zwischen Information und Unterhaltung: eine Analysematrix // *Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus*. Hamburg, 2013. S. 35–51. DOI: http://doi.org/10.1007/978-3-658-01644-9_3.

Абрамичева, Ключева 2019 – *Абрамичева Е.Н., Ключева М.Д.* Средства вербализации стратегии эвфемизации в современном политическом дискурсе // *Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова*. 2019. № 48. С. 12–30. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42417522>.

Веретенкина 2001 – *Веретенкина Л.Ю.* Стратегия, тактика и приемы манипулирования // *Лингвокультурологические проблемы толерантности* (Екатеринбург, 24–26 октября 2000 г.): тезисы докл. Междунар. науч. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 177–179.

Дацюк 2006 – *Дацюк С.А.* Коммуникационные стратегии // *Центр гуманитарных технологий*. 2006.

Лапшина 2010 – *Лапшина А.Ю.* Нарративное интервью как переходная дискурсивная форма // *Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: материалы Пятой междунар. науч.-практич. конф. / отв. ред. Л.В. Вершинина*. Самара, 2010. С. 282–288. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36495843>.

Семенова 2019 – *Семенова Т.И.* Стратегия уклонения от истины в новостном дискурсе // *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2019. № 7 (204). С. 32–39. DOI: <http://doi.org/10.23951/1609-624X-2019-7-32-39>.

Трушина 2019 – *Трушина М.К.* Эвфемизация как коммуникативная стратегия в педагогическом дискурсе (на примере фрагментов из кинофильмов на английском языке) // *Сборник научных трудов по*

итомам выполнения научно-исследовательской работы в Институте иностранных языков МПГУ / Московский педагогический государственный университет, Институт иностранных языков. Москва, 2019. С. 207–211. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40096969>.

Филатова 2017 – *Филатова Е.А.* Лексико-стилистические средства реализации манипулятивных стратегий в англоязычном политическом дискурсе // *Теория и практика иностранного языка в высшей школе*. 2017. № 13. С. 68–71. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28392831>.

Черезова 2019 – *Черезова М.А.* Контактные стратегии в электронных статьях и комментариях (на примере немецкоязычного политического медиадискурса) // *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. 2019. Т. 25, № 3. С. 165–171. DOI: [10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171](http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171).

References

Kleinen-von Königslöw 2013 – *Kleinen-von Königslöw K.* (2013) Politische Kommunikation zwischen Information und Unterhaltung: eine Analysematrix. *Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus*, pp. 35–51. DOI: http://doi.org/10.1007/978-3-658-01644-9_3

Abramicheva, Kliueva 2019 – *Abramicheva E.N., Kliueva M.D.* (2019) Verbal implementation of euphemisation strategies in contemporary political discourse. *Nizhny Novgorod Linguistics University Bulletin (Lunn Bulletin)*, no. 48, pp. 12–30. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42417522>. (In Russ.)

Veretenkina 2001 – *Veretenkina L.Yu.* (2001) Strategy, tactics and manipulation techniques. In: *Linguculturological problems of tolerance: International scientific conference abstracts, Yekaterinburg, October 24–26, 2000*. Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, pp. 177–179. (In Russ.)

Datsyuk 2006 – *Datsyuk S.A.* (2006) Communication strategies. *Centre for Human Technologies*. (In Russ.)

Lapshina 2010 – *Lapshina A.Ju.* (2010) Narrative interview as a transitional discursive form. In: *Vershinina L.V. (Ed.) Higher humanitarian education of the XXI century: problems and prospects: materials of the fifth International research and practical conference*. Samara, pp. 282–288. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36495843>. (In Russian.)

Seменова 2019 – *Seменова Т.И.* (2019) Evasion strategy in news discourse. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, no. 7 (204), pp. 32–39. DOI: [10.23951/1609-624X-2019-7-32-39](http://doi.org/10.23951/1609-624X-2019-7-32-39). (In Russ.)

Trushina 2019 – *Trushina M.K.* (2019) Euthemization as a communicative strategy in pedagogical discourse (on the example of fragments from the movies in English). In: *Collection of scientific works on the basis of the implementation of research work at the Institute of Foreign Languages of the IFSU. Moscow Pedagogical State University, Institute of Foreign Languages*, pp. 207–211. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40096969>. (In Russ.)

Filatova 2017 – *Filatova E.A.* (2017) Lexico-stylistic means of manipulative strategies in English political discourse. *Teoriia i praktika inostrannogo iazyka v vysshei shkole*, no. 13, pp. 68–71. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28392831>. (In Russ.)

Cherezova 2019 – *Cherezova M.A.* (2019) Contact strategies in electronic articles and comments (on the example of the German political media discourse). *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiya = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, vol. 26, no. 3, pp. 165–171. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-3-165-171>. (In Russ.)