

**Communicative pragmatic and structural features of business emails in Russian and German academic discourses**

*The article deals with the features of modern business emails in the Russian and German academic discourses. It highlights a number of communicative and pragmatic, stylistic and compositional features of teachers and students' emails, deals with derogations from the standards of business letters in the academic discourse, the features of emails when reducing the distance between a teacher and a student.*

**Key words:** *electronic communication, business email, academic discourse, emotivity, derogations from the standards, the distance of communication.*

(Статья поступила в редакцию 17.07.2017)

**М.А. НИКИТИНА**  
(Хабаровск)

**РОЛЬ МЕТАФОРЫ  
В РЕАЛИЗАЦИИ КОМПРЕССИВНОЙ  
И АТТРАКТИВНОЙ ФУНКЦИЙ  
ЗАГОЛОВКОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
СТАТЕЙ НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

*Доказывается, что метафора играет важную роль в оформлении заголовка, т.к. способствует реализации его компрессивной и аттрактивной функций. Метафорические единицы в компактной форме информируют реципиента о содержании экономического текста, пробуждают его интерес к статье и побуждают к дальнейшему восприятию сообщения.*

**Ключевые слова:** *метафора, компрессивная функция, аттрактивная функция, заголовок.*

Заголовок в структуре текста выполняет целый комплекс функций. Заголовок экономического текста журнала "Der Spiegel" направлен на то, чтобы заинтересовать читателя увлекательными новостями из области экономики и активизировать его на совершение действия – в данном случае на чтение текста. Информация, содержащаяся в заголовке, несмотря на то, что представлена в компактной,

сжатой форме, нацелена на привлечение внимания реципиента. Таким образом, наряду с информативной функцией заголовков реализует компрессивную и аттрактивную функции, которые представляют для нас особый интерес.

Как правило, заголовки характеризуются максимальной информативностью путем минимальной формы. В заголовках экономических статей журнала "Der Spiegel" с целью реализации компрессивной функции активно используются метафорические единицы, которые способствуют достижению содержательной компрессии. Метафоры в заголовках экономических статей не только предоставляют информацию о содержании текста, но и отражают дополнительные смысловые оттенки и нюансы. Например: *Enge Verbindung* (Spiegel. 11/2009. S. 68); *Stuttgarter Machtspiele* (Spiegel. 48/2008. S. 80); *Gipfeltreffen in den Bergen* (Spiegel 31/2008. S. 80).

В данных заголовках (*тесная связь, штудгардские игры власти, встреча на высшем уровне в горах*) за счет использования метафорических единиц (*eng – узкий, тесный, Machtspiele – игры власти, Gipfeltreffen – встреча на высшем уровне*) находит свое воплощение принцип языковой экономии, т.к. подобные метафоры дают возможность читателю не только понять содержание, основную идею текста, но и получить информацию об авторском отношении к излагаемому. В указанных примерах посредством метафоры, т.е. «минимума средств естественного языка», доводят до языковой личности «максимальный объем знания» [3, с. 99], который включает в себя информацию несмыслового характера.

В исследуемом материале было обнаружено, что заголовок из-за ограниченности выделенного для него медийного пространства часто состоит из необычных сочетаний слов, которые, как правило, не объединяются в единое целое. Причем вслед за З. де Кноп [4, с. 65] мы считаем, что одним из компонентов подобных сочетаний может являться метафора, за счет которой в компактной форме передается не только значение лексической единицы, но и ее эмоциональная окраска. Например: *Hertz ist Trumpf* (Spiegel. 27/2009. S. 60); *Plan B und die Zeitbombe* (Spiegel. 20/2009. S. 66). Используя метафорические единицы (*Trumpf – козырь, die Zeitbombe – бомба замедленного действия*) и необычные для сочетания с ними лексические единицы (*Hertz – герц, Plan B – план Б*),

заголовок стягивает разноплановую информацию в единое целое, за счет чего он не только обрисовывает проблематику текста, но и оказывает воздействие на читателя. В данных случаях в заголовках выражается максимум информации минимумом языковых средств.

Метафора, уплотняя информационную емкость заголовка, помогает оформить информацию, представленную в заголовке, сжато и лаконично. Так, в следующих заголовках метафорические выражения способствуют достижению не только содержательной, но и структурной компрессии: *Tiefes Loch in der Quelle-Kasse* (Spiegel. 26/2009. S. 62); *Die dunkle Seite der Macht* (Spiegel 24/2008. S. 86); *Frenzels Gehalt auf dem Prüfstand* (Spiegel. 20/2009. S. 65).

За счет подобных метафор-словосочетаний (*Loch in der Quelle-Kasse – брешь в кассе-источнике, die dunkle Seite der Macht – темная сторона власти, Gehalt auf dem Prüfstand – склад под пристальным взглядом*) заголовков, сохраняя свою краткость, становится максимально информативным. При этом отпадает необходимость употребления придаточных предложений, поскольку словосочетания такого рода способствуют преобразованию развернутых конструкций в свернутые с сохранением одного и того же объема информации. В следующих примерах вместо придаточного предложения используется именная конструкция, развернутая справа и слева: *Tiefes Loch in der Quelle-Kasse – tiefes Loch, das in der Quelle-Kasse ist; die dunkle Seite der Macht - die Seite der Macht, die dunkel ist; Frenzels Gehalt auf dem Prüfstand – Frenzels Gehalt, der auf dem Prüfstand ist*. Данные словосочетания способствуют детальному изложению большого объема информации в компактной форме. Они также оказывают эмоциональное воздействие, которое достигается за счет семантической трансформации и оценочных прилагательных (*tief – глубокий, dunkel – темный*). Следовательно, в данных случаях метафоры-словосочетания являются компактным способом передачи смысловой и оценочной информации.

В целях содержательной и структурной компрессии широкое употребление в заголовках экономических статей журнала “Der Spiegel” имеют метафорические композиты: *Beistand für Schuldenstaaten* (Spiegel. 9/2009. S. 75); *Großes Marktpotential* (Spiegel. 27/2009. S. 58); *Kanarische Gehirnwäsche* (Spiegel. 32/2009. S. 70).

При создании сложных слов происходит переосмысление исходной семантики участвующих в словосложении основ, которое но-

сит метафорический характер. Данные сложные слова (*Schuldenstaaten – государства-должники, Marktpotential – потенциал рынка, Gehirnwäsche – промывка мозгов*) имеют явное преимущество перед другими номинациями: они меньше, чем сочетания слов, из которых они состоят. Следовательно, метафорические композиты за счет краткости своей формы и информационной емкости, связанной с природой метафор, способствуют реализации компрессивной функции заголовков экономических статей журнала “Der Spiegel”.

В качестве способа экономии синтаксической структуры заголовка выступают метафорические эллиптические предложения, в которых опускаются менее важные, легко восстанавливаемые в контексте члены предложения. Например: *Ver.di ausgebootet* (Spiegel. 25/2008. S. 66); *Personal aufgestockt* (Spiegel. 24/2009. S. 68); *Zum Glück gezwungen* (Spiegel. 10/2008. S. 76); *Gut gewappnet* (Spiegel. 21/2008. S. 79).

Данные примеры представлены метафорическими предложениями (*Ver.di ausgebootet – Ver.di сместили; Personal aufgestockt – персонал доукомплектован; Zum Glück gezwungen – вынужден быть счастливым; Gut gewappnet – хорошо вооружен*), в которых элиминированы финитная форма глагола или субъект и финитная форма глагола. Благодаря метафоричности и элиминированию данных членов предложения достигается компактная форма заголовка и не нарушается его информационная ценность.

Наряду с тем, что метафора в заголовочном комплексе способствует компрессированной передаче содержания, она позволяет ему выполнять коммуникативную роль в процессе взаимодействия с реципиентом. Например, следующие лаконично сформулированные заголовки, содержащие метафорические единицы и выражения, не предоставляют подробностей о теме сообщения и словно подталкивают читателя продолжить процесс информирования: *Panne bei der Bremse* (Spiegel. 4/2009. S. 58); *Milliardenloch bei “Galileo”* (Spiegel. 3/2008. S. 65).

В данных примерах метафорические компоненты (*Panne bei der Bremse – авария при торможении, Milliardenloch – миллиардная брешь*) заставляют читателя поразмыслить над компактно представленной информацией заголовка и побуждают обратиться для поиска дополнительных сведений непосредственно к экономическому тексту. В статье под заголовком *Panne bei der Bremse* речь идет о том, что амортизационный фонд, предусмотрен-

ный министром финансов, ставит под угрозу введение долгового тормоза: *Der von Finanzminister Peer Steinbrück (SPD) vorgesehene Tilgungsfonds, in dem die Schulden für die zusätzlichen Investitionsmaßnahmen des verabschiedeten Konjunkturpakets gebündelt und abgetragen werden sollen, gefährdet die Einführung einer Schuldenbremse.* В данном заголовке благодаря метафоре лаконично выражается основная идея, определить которую можно лишь прочитав статью.

Метафора, используемая в заголовке *Milliardenloch bei "Galileo"*, указывает на недостачу денежных средств в размере нескольких миллиардов. Читатель, обратившись к статье, получит более подробную информацию о том, что проект по установке собственной спутниковой навигационной системы обойдется властям в 5 млрд (а возможно, даже в 10 млрд) евро вместо прогнозируемых 3,4 млрд: *Der europäische Traum vom eigenen satellitengelenkten Navigationssystem wird wohl dramatisch teurer. Statt der veranschlagten 3,4 Milliarden Euro kostet das «Galileo» getaufte, größte Raumfahrtprojekt der europäischen Geschichte mindestens fünf, womöglich sogar zehn Milliarden.* Следует отметить, что вышеприведенные примеры являются яркими заголовками, привлекающими читателя своей формой и содержанием, т.е. наряду с компрессивной они реализуют аттрактивную функцию.

В современном заголовке аттрактивная функция является одной из важнейших, поскольку удачные заголовки, привлекая внимание читателя, способствуют повышению рейтинга печатного издания. Воздействие заголовка на читателя, согласно Е.А. Гончаровой, достигается с помощью графического выделения и использования образных средств [1, с. 110].

Графическое оформление заголовка, его расположение на бумаге, длина строки, пробелы, шрифт, цвет, курсив играют немалую роль в реализации аттрактивной функции. Оформление заголовка определяет решение читателя прочитать следующий за ним текст или оставить его без внимания. Грамотный и умелый выбор заголовка повышает воздействие описываемых в журнале событий на читателя. И наоборот, статья с неправильно оформленным и невыразительным заголовком не заинтересует читателя.

В исследуемом материале при оформлении заголовочного комплекса используются различные виды шрифта, кегель и цветовая палитра. Например:

**HANDEL\***

**Lidl sackt ab** (Spiegel. 19/2008. S. 88);

**US-KONJUNKTUR**

**Tödlicher Kreislauf**

**Die USA verlieren Arbeitsplätze in alarmierendem Tempo, fast jeden Tag werden neue Massenentlassungen gemeldet. In manchen Regionen geht der Arbeitslosenversicherung bereits das Geld aus. Nun hoffen die Amerikaner auf Präsident Barack Obamas Konjunkturprogramm** (Spiegel. 9/2009. S. 68).

Данные примеры ярко демонстрируют, что за счет графического оформления заголовков сигнализирует о существовании экономического текста на определенном месте в целом пространстве. После восприятия надзаголовка, заголовок определяется общей конфигурация произведения, которая возникает в восприятии реципиента и помогает ему быстро понять, о чем пойдет речь в статье, что важно в предлагаемой журналистами информации, что представляет для него интерес. Благодаря четкой графической организации заголовков создает благоприятные условия для выборочного чтения, когда читателю нужны материалы только на одну или несколько подтем.

Воздействие на читателя зависит не только от технического оформления заголовка, но и от его лексического наполнения. Для создания яркого заголовка журналисты широко используют метафоры. Они привлекают внимание массового читателя своей оригинальностью, эмоциональностью, яркостью. Проиллюстрируем это на следующих примерах: *Astronomische Rechnungen* (Spiegel. 49/2008. S. 111); *Großinvestor wehrt sich* (Spiegel. 51/2009. S. 69); *Vorwürfe gegen Hühner-Baron* (Spiegel. 28/2009. S. 69).

Использованное в заголовке словосочетание *astronomische Rechnungen* (*астрономические счета*) обращает внимание читателя на интригующую тему статьи. В данном тексте речь идет о неуплате налогов в размере нескольких миллионов долларов и коррупции: *Es geht um Steuerhinterziehung in Millionenhöhe und Korruption.* Заголовок выполняет аттрактивную функцию: заставляет прочитать статью, чтобы выяснить, кто уклоняется от уплаты налогов и какое наказание за это грозит.

В заголовке *Großinvestor wehrt sich* (*крупный инвестор защищается*) используется глагол *sich wehren* (*защищаться*), который относится к военной тематике. Идея статьи ярко и

\* В данных примерах сохранено графическое оформление заголовочных комплексов, публикуемых в немецком журнале "Der Spiegel".

лаконично выражена в заголовке с помощью метафорической единицы: акционер вынужден защищаться от развернутой против него войны. В статье говорится о нанесении ущерба деловой репутации акционера, который намерен обратиться в суд: *Weil Berlin die Passagen in Linnerts Papier als Rufschädigung erachtet, will er sie nun gerichtlich zwingen, ihre Darstellung zu widerrufen, und sie sogar auf Schadensersatz verklagen*. Используемая в заголовке метафора делает его привлекательным для любопытного читателя, поскольку передает лишь часть информации о содержании экономической статьи и побуждает читателя подробнее познакомиться с ее содержанием.

В другом примере – *Vorwürfe gegen Hühner-Baron (обвинения в сторону куриного барона)* – используется метафора *Hühner-Baron (куриный барон)*. Автор статьи рассказывает о проблемах, которые возникли у руководителя семейного бизнеса по производству яиц: *Das Familienunternehmen Hennenberg, einer der größten Eierproduzenten mit Freilandhaltung, hat ein Problem mit seinen Bio-Eiern*. Если бы автор не употребил в заголовке метафору *Hühner-Baron* с концептом «социальное положение в обществе», читатели, возможно, нашли бы статью скучной и не стали бы ее читать. Но данный заголовок обращает на себя внимание, т.к. автор мастерски подошел к его созданию.

Внимание привлекают к себе заголовки, содержащие метафорические единицы и оформленные в виде вопроса. Проиллюстрируем это на следующих примерах: *Ackern bis zum Umfallen?* (Spiegel. 19/2008. S. 100); *Mindestlohn ausgehebelt?* (Spiegel. 9/2008. S. 77); *Freiwillige Zwangsarbeit?* (Spiegel. 23/2008. S. 96). В данных примерах за счет употребления метафор (*Umfallen* – падение, смерть, *ausgehebelt* – отрегулирован, *Zwangsarbeit* – принудительная работа) и вопросительного знака усиливается выразительность заголовков. Она в первую очередь нацелена на то, чтобы активизировать внимание читателя и повысить его интерес к последующему экономическому тексту, в котором любопытный реципиент сможет найти ответ на заданный в заголовке вопрос.

Таким образом, можно отметить, что основной целью заголовка является максимально быстрое привлечение внимания читателя к представленной в сжатой форме информации. Как показал анализ материала, метафора играет важную роль в оформлении заголовка, т.к.

способствует реализации компрессивной и аттрактивной функций заголовка. Метафорические единицы в компактной форме информируют реципиента о содержании экономического текста, пробуждают его интерес к статье и побуждают к дальнейшему восприятию сообщения.

### Список литературы

1. Гончарова Е.А., Шишкина И.П. Интерпретация текста: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2005.
2. Никитина М.А. Функционирование метафоры в заголовке экономического текста прессы: на материале немецкого журнала “Der Spiegel”: дис. ... канд. филол. наук. Хабаровск, 2010.
3. Хахалова С.А. Возможности применения дискретной фрактальной парадигмы в исследованиях по метафоре // Вестн. Иркут. гос. лингв. ун-та. Сер.: Филология. 2008. № 4. С. 96–101.
4. De Knop S. *Metaphorische Komposita in Zeitungsüberschriften*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1987.

\* \* \*

1. Goncharova E.A., Shishkina I.P. Interpretacija teksta: ucheb. posobie. M.: Vyssh. shk., 2005.
2. Nikitina M.A. Funkcionirovanie metafory v zagolovke jekonomicheskogo teksta pressy: na materiale nemeckogo zhurnala “Der Spiegel”: dis. ... kand. filol. nauk. Habarovsk, 2010.
3. Hahalova S.A. Vozmozhnosti primenenija diskretnoj fraktal'noj paradigmy v issledovanijah po metafore // Vestn. Irkut. gos. lingv. un-ta. Ser.: Filologija. 2008. № 4. S. 96–101.

### *Role of metaphor in implementation of the compressive and attractive functions of headlines of economic articles in German*

*The article proves that a metaphor plays an important role in the design of a headline, as it implements its compressive and attractive functions. Metaphorical units in a compact form inform the recipient about the content of an economic text, arouse his interest in the article and lead to further perception of the message.*

Key words: *metaphor, compressive function, attractive function, headline.*

(Статья поступила в редакцию 07.07.2017)