

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

КАФЕДРА НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ

**ОБРАЗ МИГРАНТА В СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКИХ СМИ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое  
образование, профиль Иностранный язык (первый, второй)  
очной формы обучения, группы 02051309  
Цышко Ольги Александровны

Научный руководитель  
к.ф.н., доцент  
Безрукова Е.И.

БЕЛГОРОД 2018

## **СОДЕРЖАНИЕ**

СОДЕРЖАНИЕ .....	2
ВВЕДЕНИЕ .....	4
ГЛАВА I. Теоретические предпосылки исследования образа мигранта в немецких СМИ .....	7
1.1 Политическая лингвистика как раздел языкознания.....	7
1.2 Лингвопрагматические характеристики газетного политического текста	11
1.3 Понятие «образа» в лингвистике.....	17
1.4 Языковые средства формирования образа в СМИ .....	21
1.4.1 Политическая лексика и фразеология .....	21
1.4.2 Лексико-стилистические свойства современных политических текстов .....	22
1.4.3 Стилистические фигуры и тропы .....	23
1.4.4 Средства формирования образа в политическом дискурсе СМИ.....	24
Выводы по ГЛАВЕ I .....	26
ГЛАВА II. Анализ и интерпретация образа мигранта в немецких СМИ.....	28
2.1 Анализ и интерпретация статистических данных о миграции в Германии.....	28
2.2 Анализ лексических единиц, актуализирующих образ мигранта: статистика, дефиниции, синонимия. ....	35
2.3 Образ мигранта в немецких СМИ в сравнительном аспекте в 2015-2016 и 2018 годах. ....	41
2.3.1 Образ мигранта в немецких СМИ на базе фактического материала 2015-2016 года.....	41
2.3.2 Образ мигранта в немецких СМИ на базе фактического материала за 2018 год.....	44
2.4 Соотношение образа мигранта и образа немецкого общества глазами мигрантов в СМИ. ....	49
Выводы по ГЛАВЕ II .....	53

ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	58
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА .....	61
Список условных сокращений .....	62

## **ВВЕДЕНИЕ**

Деятельность СМИ занимает важное место в жизни общества. Газеты, радио, телевидение служат средствам быстрого и широкого охвата аудитории. Они оказывают влияние на все сферы общественной жизни, т.к. освещение и интерпретация важнейших событий в мире происходит с их помощью. Под влиянием СМИ формируется и развивается общественное сознание, создаётся отношение к каким-либо проблемам, явлениям, конкретным личностям, социальным слоям, народам и даже странам.

Политический дискурс СМИ развивается наиболее динамично и всегда отражает текущую ситуацию в мире. При этом образы, которые формируют СМИ разных стран, отражая представления народа или политической элиты, зачастую не совпадают. Ввиду текущей политической и социальной ситуации образ мигранта в немецких СМИ представляет особый интерес для исследования, чем и обусловлена актуальность исследования.

**Объектом** исследования является образ мигранта в политическом дискурсе немецкоязычных СМИ.

**Предметом** исследования выступают лингвистические и экстралингвистические средства формирования образа мигранта в немецких СМИ.

**Целью** настоящей работы является анализ и интерпретация образа мигранта в немецкоязычных СМИ.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Изучить основные положения теории политической лингвистики, характеристики газетного политического текста в частности.
2. Определить понятие «образа» в лингвистике и средства его формирования.
3. Проанализировать материалы немецкой прессы и дать характеристику образа мигранта в немецких СМИ.

*Теоретическую базу исследования* составили работы Н.Д. Арутюновой, А.Н. Баранова, Э.В. Будаева, Б.М. Гаспарова, А.П. Чудинова и другие.

*Фактическим материалом* для исследования послужили публикации и разделы на тему миграции семи периодических Интернет-изданий и Интернет-версий газет: Die Welt, Spiegel Online, Focus Online, Deutschland.de, Stern, Deutsche Welle.

*Методы исследования:* анализ литературы по исследуемой проблеме, обобщение, статистический метод, метод сплошной выборки фактического материала, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, метод интерпретаций, сравнительно-сопоставительный метод, дескрипторный метод, общефилософские методы анализа и синтеза.

*Апробация работы.* Материалы исследования нашли отражение в следующих публикациях «Образ мигранта в немецких СМИ» (Национальные языки и культуры в эпоху глобализации: сборник научных студенческих работ (по материалам научной сессии НИУ «БелГУ» «СТУДЕНЧЕСКАЯ ВЕСНА - 2017», г. Белгород, 12 апр. 2017 г.) / отв. ред. Седых А.П. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017), «Образ немецкого общества с точки зрения мигрантов в немецком медиадискурсе» (находится в печати). В рамках научной сессии 2018 года на факультете иностранных языков Педагогического института был сделан доклад по теме «Образ мигранта в немецких СМИ».

*Структура и содержание работы* определены составом решаемых проблем и задач. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей, списка источников фактического материала. После каждой главы приводятся выводы.

Во «Введении» обоснована актуальность темы, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, теоретическая база, фактический материал, используемые методы и апробация исследования.

В первой главе «Теоретические предпосылки исследования образа мигранта в немецких СМИ» рассмотрены основные положения теории политической лингвистики, ключевые характеристики газетного политического текста, политического дискурса СМИ, понятие «образа» в лингвистике, языковые средства его создания в СМИ.

Во второй главе «Образ мигранта в немецких СМИ» изложены практические результаты проведенного исследования образа мигранта в сопоставительном аспекте за 2015-2016 и 2018 годы.

В «Заключении» подведены итоги исследования, сформулированы общие выводы по работе, намечены основные перспективы исследования.

## **ГЛАВА I. Теоретические предпосылки исследования образа мигранта в немецких СМИ**

### ***1.1 Политическая лингвистика как раздел языкознания***

Для современной науки характерно возникновение новых, наиболее продуктивных и перспективных направлений на пересечении различных областей знания. Примером этому является политическая лингвистика, возникшая на стыке лингвистики и политологии. Возникновение и дальнейшее развитие этого направления объясняется увеличением интереса общества к условиям и механизмам политической коммуникации.

Политическая лингвистика принимает во внимание результаты исследований в рамках этнографии, этнологии, социальной психологии, социологии, культурологии и политологии. В рамках лингвистических наук она обладает тесными связями с такими направлениями, как социолингвистика, классическая и современная риторика, когнитивная лингвистика, лингвистика текста и функциональная стилистика, в рамках которой для политической лингвистики особо важны исследования публицистического стиля.

Политической лингвистике как отрасли современного языкознания присущи следующие черты: мультидисциплинарность (использование методологий различных наук), антропоцентризм (человек, языковая личность является точкой отсчета для исследования языковых явлений), экспансионизм (стремление к расширению области лингвистических исследований), функционализм (изучение языка в действии, при реализации им своих функций) и экспланаторность (стремление не просто дать описание фактам, но и объяснить их) (Чудинов 2006;6-7).

А.Н. Баранов называет предметом исследования политической лингвистики политический дискурс, под которым он понимает совокупность дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса или формирующих конкретную тематику политической коммуникации. Под дискурсивной практикой понимаются тенденции в

использовании близких по функции, альтернативных языковых средств выражения определенного смысла. Эти тенденции находят отражение в частоте употребления соответствующих феноменов всех уровней языка. (Баранов 2001; 129).

По мнению А.П. Чудинова предметом политической лингвистики является политическая коммуникация, т. е. речевая деятельность, пропагандирующая определенные идеи, оказывающая эмоциональное воздействие на граждан государства и побуждающая их к политической активности, с целью формирования общественного согласия, принятия и аргументации социально-политических решений в условиях плюрализма мнений в обществе. Наряду с передачей политической информации к сфере интересов политической лингвистики относится все, что имеет отношение к восприятию и оценке политической реальности в процессе коммуникации (Чудинов 2006; 7-8).

К сфере интересов политической лингвистики относятся общие проблемы политической коммуникации, проблемы жанров политической речи и особенности функционирования политических текстов. В рамках науки изучаются проблемы идиостиля отдельных политиков, политических партий и направлений, исследуются стратегии, тактики и приемы политической коммуникации, рассматривается композиция, лексика и фразеология политических текстов, использование в них различных стилистических средств. Особый интерес для политической лингвистики представляет рассмотрение отдельных политических концептов в рамках определенного языка и национальной культуры, обращение к проблемам понимания политических реалий того или иного государства гражданами других государств, сопоставительное исследование политической коммуникации в различных странах и на разных этапах развития общества.

Ключевым положением современной политической лингвистики является дискурсивный подход к изучению политических текстов. Это означает, что каждый отдельный текст рассматривается в контексте



общественно-политических условий, в которых он создан, в его соотношении с другими текстами, с учетом целей, политических взглядов и личностных качеств автора, особенностей восприятия этого текста различными людьми. Обязательно принимается во внимание роль, которую этот текст играет в системе политических текстов и в политической сфере страны (Чудинов 2006; 8-9).

В рамках современной политической лингвистики выделяют четыре относительно независимых научных направления:

1) *Критический анализ политического дискурса*. Его целью является изучение способов, которыми власть управляет процессами в обществе. Ученые определяют, каким образом при помощи коммуникативной деятельности утверждается и воспроизводится социальное неравенство, а также функционируют способы языкового сопротивления. В работах по критическому дискурс-анализу центральное место занимает изучение социального, гендерного и этнического неравенства. К сфере интересов специалистов по критическому дискурс-анализу также относятся отрицательные образы «чужих» как представителей иных рас, этносов и культур. Примером исследований такого рода является сопоставительный анализ националистических дискурсов различных европейских стран, в результате которого было обнаружено значительное сходство между стереотипами, предубеждениями и другими формами вербального умаления «чужих», преимущественно изображаемых нарушающими традиционные нормы, т. е. лентяями, преступниками, нравственными уродами или фанатиками. Данным направлением занимались такие ученые, как Дж. Бломмаэрт, Т. ван Лейвен, М.В. Гаврилова, Г. Уиддоусон и другие.

2) *Контент-анализ политического дискурса*. Важным требованием к исследованиям в этом направлении является дистанцированность от субъективности исследователя. Само исследование представляет собой анализ больших корпусов политических текстов с помощью методов компьютерной обработки материала. Ученые ориентируются на

количественные данные, на основе которых делаются выводы о качественных характеристиках политической коммуникации. Основная задача таких работ заключается в выявлении связи между социально-политической сферой общественной жизни и использованием политического языка, в поиске закономерностей функционирования политического дискурса, выраженных в статистической форме. В рамках современного контент-анализа политического дискурса работают следующие ученые: У. Бенуа, Л. Бразель, А. Клюковски, В. МакХейл, П. Пир и другие.

3) *Риторический анализ политического дискурса.* Ключевым понятием риторического анализа является риторическая критика. Изначально главным предметом риторических исследований считалось умение произносить публичные речи убедительно и действенно. Однако с течением времени предмет области анализа получил возможность расшириться и включил в себя исследования риторики на телевидении, радио, в кино, а также анализ убедительности в межличностном общении. К области исследования риторической критики относится изучение реализации символических функций в текстах и посредством текстов. К методам риторического анализа политического дискурса относятся подробный текстуальный анализ и исследование исторического и культурного контекста. Данному направлению принадлежат такие ученые, как Р. Айви, Р.Д. Андерсон, Р. Карпентер, М. Осборн, В. Риккерт и другие.

4) *Когнитивное исследование политического дискурса.* Когнитивная лингвистика рассматривает язык как познавательный механизм и познание в его языковом проявлении. Категоризация объектов действительности является центральной проблемой в когнитивной лингвистике. В процессе категоризации значительную роль играет метафора как проявление аналоговых возможностей человеческого разума. Современная когнитивная лингвистика понимает метафору как ментальную операцию, способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира. Когнитивная теория основывается на положении о том, что метафора — это

феномен не лингвистический, а ментальный: язык лишь отражает мыслительные процессы. Метафоры в политическом языке — это элементарное отражение концептуальных (ментальных) метафор, имеющих место в понятийной системе человека и структурирующих его восприятие, мышление и деятельность. Когнитивным исследованием политического дискурса занимаются такие отечественные ученые, как А.Н. Баранов, А.П. Чудинов и другие (Будаев 2011; 22-35).

## *1.2 Лингвопрагматические характеристики газетного политического текста*

Прежде чем обратиться к характеристикам газетного политического текста, следует определить его место в политической коммуникации. Согласно классификации, которую предлагает А.П. Чудинов в статье «Дискурсивные характеристики политической коммуникации» газетный политический текст по характеру субъекта относится к медийной политической коммуникации (где автором текста является журналист). Газетный политический текст является средним по объему монологическим информативным жанром письменной речи (Чудинов 2012; 53-59).

Чтобы в полной мере дать характеристику газетного политического текста, необходимо сначала выделить основные характеристики политической коммуникации в целом. Ведущими дискурсивными характеристиками политической коммуникации являются:

1. *Авторство политического текста.* Автор политического текста несет за него ответственность. Такие формы, как листовки в поддержку кандидатов во время избирательной кампании, лозунги, используемые во время демонстраций, некоторые публикации в СМИ, при наличии конкретного автора или заказчика могут оставаться формально анонимными. Характеристикой, связанной с авторством политического текста, является институционный статус автора, т.е. его принадлежность к каким-либо институтам общества.

2. *Адресность политического текста.* Особенности адресата политического текста определяют его организацию. Так, в политической коммуникации можно выделить тексты, ориентированные на индивидуального, группового и массового адресата, а также тексты со смещенным адресатом. Наибольшее распространение в политической коммуникации имеют тексты с групповым и массовым адресатом.

3. *Общедоступность политической коммуникации и ее эзотеричность* (понятность только специалистам). С одной стороны, политические тексты должны быть максимально понятны широким массам, т.к. именно политики должны выражать интересы народа. Чтобы удержать власть, политические партии и лидеры должны максимально доступно излагать свои интересы. С другой стороны, во многом политические тексты понятны только специалистам, которые учитывают не только то, что было непосредственно сказано политиком, но и то, как это было изложено, и о чем политик умолчал.

4. *Ритуальность и информативность политической коммуникации.* В большинстве своем политические тексты должны быть максимально информативными. Однако зачастую при описании традиционных событий журналисты прибегают к ритуальности при их освещении.

5. *Институциональность и личностный характер политической коммуникации.* Говорящий выступает как личность в личностном дискурсе, отражая свои индивидуальные особенности. В рамках институционального дискурса он выступает как представитель определенного института и обладатель конкретного социального статуса. Это предписывает ему следование статусно-ролевым и ситуационно-коммуникативным нормам. В своем преимуществе политическая коммуникация институциональна, т.е. коммуникация осуществляется не между отдельными людьми, а между представителями разных социальных институтов и обладателями различных социальных статусов.

6. *Редукционизм и полнота информации в политическом тексте.*

Редукционизм — естественная черта политической коммуникации. Жанр текста, его автора, адресат и политическая ситуация во многом определяют степень редукционизма. В текстах, ориентированных на массового адресата, она выше, чем в текстах, предназначенных для специалистов. Редукционизм политической коммуникации особенно усиливается в периоды обострения политической борьбы.

7. *Стандартность и экспрессивность политической коммуникации.* Политическая коммуникация характеризуется взаимодействием экспрессии и стандарта. Под экспрессивностью высказываний понимается максимальное использование средств художественной выразительности, что делает текст интересным для адресата, придает сообщению эстетическую значимость. Стандартность высказываний необходима для обеспечения доступности их восприятия для массового читателя или слушателя. Текст с высокой степенью стандартности проще воспринимается и не требует больших усилий для понимания смысла.

8. *Диалогичность и монологичность политического текста.*

Монологичность политического текста заключается в том, что автор сам детализирует и развивает высказанные ранее идеи, интерпретирует факты. Диалогичность присуща политической речи, её целью является в первую очередь не самовыражение, а воздействие. Выделяют как минимум три основных формы диалогичности. Первая— это непосредственно диалогичность, когда в создании текста принимают участие несколько говорящих. Вторая форма — диалоги «на расстоянии»: здесь политический лидер дает ответы на заранее присланные вопросы или комментирует высказывания иных политиков, дает оценку существующим мнениям. Последней формой диалогичности в политической коммуникации является интертекстуальность, являющаяся диалогом культур во времени и пространстве.

9. *Явная и скрытая оценочность в политической коммуникации.*

Наряду с информацией политическая коммуникация несет в себе оценку рассматриваемых событий. Причина этому заключается в том, что главной задачей политической коммуникации является убеждение читателя/слушателя и побуждении его к политическим действиям. Основным средством этого побуждения служит оценка субъектов политической деятельности, политических институтов, ситуаций и действий. Оценка в политическом дискурсе может осуществляться по следующей достаточно простой шкале: положительная оценка, нейтральная оценка и отрицательная оценка.

10. *Агрессивность и толерантность в политической коммуникации.*

В современном обществе основным путем отстранения политических соперников от власти является способ дискредитации в социальном сознании. На уровень агрессивности в политической коммуникации влияет ситуация в обществе, например, эта агрессивность резко возрастает в моменты, когда политическое решение должны принять широкие массы граждан (в период выборов, референдума, политических демонстраций и т.д.). Необходимость действовать совместно снижает уровень агрессивности (например, при работе в парламенте, при необходимости бороться со стихией или противостоять давлению из-за рубежа). Коммуникативная агрессивность находится в прямой зависимости от социального напряжения (Чудинов 2012; 53-59).

Газетный политический текст относится к политическому дискурсу СМИ. В связи с тем, что политики имеют минимальные возможности прямого контакта с населением, политическая коммуникация осуществляется посредством СМИ. Связующим звеном между профессиональными политиками и обыкновенной аудиторией СМИ являются журналисты. Понятным этой аудитории языком они рассказывают о решениях политиков и событиях, происходящих в политической жизни страны, таким образом формируя общественное мнение. Из сложившейся ситуации мы видим, что

СМИ становятся уникальным инструментом коммуникации между политиками и массами.

Политический дискурс и дискурс СМИ имеют много сходств, а области их применения пересекаются. Именно на этом пересечении возникает политический дискурс СМИ. Так, например, выступление политика на заседании Генассамблеи ООН относится к политическому дискурсу, а освещение этого события на телевидении, в газетах и журналах или Интернете – это политический дискурс СМИ. Статья об открытии выставки в музее – дискурс СМИ, а о выступлении известного политика в рамках церемонии открытия выставки – политический дискурс СМИ.

К.В.Никитина предлагает следующее определение понятия политический дискурс СМИ: политический дискурс СМИ – это «сложное коммуникативное явление, имеющее своей целью борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, включающее текст как вербализованный результат речи, контекст – ситуативный, социокультурный и прагматический, а также специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса» (Никитина 2006; 3).

Исследователи выделяют шесть ключевых характеристик политического дискурса СМИ:

1. *Интенциональность*. Каждый акт речевого общения обладает направленностью на достижение какой-либо неречевой цели. Наиболее распространенной целью является управление деятельностью собеседника. СМИ также стремятся управлять установками своих читателей, зрителей или слушателей, формировать их мнение и развивать его в заданном заинтересованными кругами направлении.

2. *Ориентированность на массовую аудиторию*. Задача и способ действия СМИ – это влияние на массовую аудиторию, т.к. её отличительной особенностью является наличие присущих всем членам общих ценностей и установок, которыми можно манипулировать.

3. *Национально-культурная специфика.* Принадлежность аудитории политического дискурса СМИ к какой-либо культуре определяет его национально-культурную специфику. Это означает, что система дискурса строится в соответствии с требованиями и установками определенной культуры, и сам дискурс вытекает из конкретных жизненных условий того или иного общества. И наоборот, политический дискурс СМИ влияет на культурную специфику времени, регулируя различные тенденции в обществе.

4. *Идеологичность.* Политический дискурс СМИ служит интересам отдельных социальных групп, отражая их взгляды, убеждения, ценностные ориентации и продвигая их идеологию. Идеология прослеживается в любом тексте, относящемся к политическому дискурсу СМИ. Она может иметь различную степень выраженности, но в любом случае задает направление развития общественного мнения.

5. *Информативность.* Люди в современном обществе являются потребителями информации, которую им предоставляют СМИ. Однако передача информации через каналы СМИ является не зеркальным отражением происходящих событий, а их интерпретацией. Информирова население о событиях и интерпретируя их, СМИ воздействуют на население, при этом структурируя жизненный опыт людей и определяя их взгляды на окружающий мир.

6. *Субъективность.* Интерпретация событий ни при каких условиях не может быть объективной: информация, проходя через призму восприятия авторов политического дискурса СМИ, излагается в соответствии с целями, задачами и интересами говорящего.

Все шесть характеристик имеют одну общую подструктуру – они дают авторам политического дискурса СМИ возможность манипулировать общественным сознанием и направлять его в конкретное русло, а представителям социальных групп, диктующим свою идеологию – добиться власти (Никитина 2006; 1-6).



### *1.3 Понятие «образа» в лингвистике.*

Ключевым понятием в данном исследовании является понятие образа, поэтому мы считаем необходимым подробнее остановиться на определении этого термина в лингвистике и попытаться дать его разностороннюю характеристику.

В современной лингвистике выделяют как минимум три трактовки термина *образ*. Во-первых, образ как «икона» или тип знака, имеющий сходство с обозначаемым объектом (иконический знак, по Ч. Пирсу). Во-вторых, образ как «внутренний эмпирический объект», т.е. образ, возникающий в воображении человека при восприятии языкового знака. В-третьих, образ как гносеологическое явление: отражение в языке знаний и представлений человека о действительности (Арутюнова 1999; 320).

С точки зрения семиотики образ обладает следующими характеристиками:

1. *Образ синтетичен*: он возникает в результате комплексного восприятия действительности, т.е. он включает в себя данные, полученные через разные каналы связи с миром, из которых наибольшее влияние оказывает зрительное восприятие. Если формирование образа происходит заочно, т.е. по данным имеющейся информации, он всё равно получает зрительное воплощение.

2. *Образ един*: в его структуре обозначаемое и обозначающее неотделимы. Они не могут развиваться независимо друг от друга.

3. *Неопределенность содержательной стороны образа* исключает его возможность стать объектом познания, поэтому образы нельзя познать, но можно интерпретировать и осмыслить.

4. *Образ обладает связью с объектами мира*, а не с категориями смысла. Образ не сочетается с абстрактными понятиями. Не существует образа верности, ненависти и т.д., но существует образ человека, явления, предмета.

5. *Образы возникают и развиваются в человеческом сознании и существуют там относительно самостоятельно.*

6. *Образ – это модель реального объекта, взятого в единстве его качеств и свойств, но не являющаяся его точной копией.*

В формировании образа принимают участие восприятие, память, воображение, эмоциональный опыт. В основном образы самопроизвольно зарождаются и самостоятельно развиваются. Творение же образов легко превращается в создание кумиров и антикумиров. Стихийно зарождающиеся образы не имеют адресата и какой-либо определенной функции. Образы, созданные сознательно для собственного или чужого сознания, адресованы и целенаправленны. Им уже не обязательно соответствовать оригиналу. (Арутюнова 1999; 321).

Термины образ и картина являются в определенной степени синонимичными. Однако в целях терминологической точности и с учетом наблюдающейся частотности употребления этих терминов их разграничивают следующим образом: относительно языковой концептуализации мира употребляется термин языковая картина мира, а для рассмотрения в языке отдельного фрагмента мира используется термин языковой образ чего-либо/кого-либо или образ чего-либо/кого-либо в языковой картине мира.

Необходимо также разграничить понятие образа и концепта. Концепт - это «дискретное ментальное образование, 1) являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, 2) обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и 3) несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» (Попова, Стернин 2010; 24). Поскольку концепт включает в себя все возможные характеристики объекта (визуальные, слуховые, тактильные, вербальные и

т.п.), он относится к субъективному содержанию сознания. Большинство концептов реализуются в языке с помощью значимых языковых единиц.

Если концепт — это совокупность всех знаний, предположений, мыслей о реалиях окружающего мира, то языковой образ — это реализация с помощью языка (языковых знаков и их комбинаций знаний, представлений, мнений об этой реалии). Говоря о языковом образе какого-либо предмета или явления действительности, мы имеем в виду языковое воплощение концепта (Никитина 2011; 97-99).

Понятие образа входит в терминологию различных наук. На данном этапе работы нас интересуют художественный образ, публицистический образ и медиаобраз. Художественный образ и образ публицистический не могут считаться тождественными. Само понятие публицистического образа было введено в научный оборот в 1960-х годах для обозначения образа, формирующегося на базе нехудожественного материала. Образ в художественном дискурсе не идентичен образу в публицистическом дискурсах, т.к. основой для первого является авторский художественный вымысел, а для второго — документальный факт. При этом в публицистическом дискурсе свобода журналистов в обращении с фактами ограничивается требованиями документализма (Пронин 2012;315).

М.И. Старых дает следующее определение публицистического образа: «Публицистический образ – это документальный оттиск, моделирующий на уровне мышления фрагменты реальности в соответствии с конкретными целями творческого процесса» (цит. по: Шевцова 2005: 73).

В структуре публицистического образа можно выделить шесть функций:

1. *Служебная функция.* Публицистический образ иллюстрирует проблему, о которой ведет речь автор. При этом герой в статьях всегда категориален, т.е. обладает определенной односторонностью изображения.

2. *Эстетическая функция.* Изображение публицистического образа обладает определенной степенью художественной мотивированности.

3. *Гносеологическая функция.* Публицистический образ позволяет читателю глубже понять изображаемое автором явление.

4. *Коммуникативная функция.* Обращаясь к жизненному опыту читателя/слушателя, образ позволяет обеспечить мгновенное взаимопонимание между автором и аудиторией.

6. *Аксиологическая функция.* Отражая эмоциональное отношение автора к проблеме, публицистический образ доносит его до аудитории, тем самым манипулируя оценочными суждениями, которые возникают в сознании слушателей/зрителей.

В соответствии с классификацией публицистических образов В.И. Здровеги существует три уровня сложности образов:

1. *Словесный образ.* Он представляет собой единство представления и смысла. Среди словесных образов отдельно выделяется образ-деталь.

2. *Образ-картина.* Благодаря данному виду образа автор имеет возможность усилить и углубить логические доказательства.

3. *Образ-персонаж* является самым сложным уровнем образа и занимает центральное место в публицистике. Образ-персонаж не имеет цели передать подробную характеристику человека, он представляет собой типизированное представление о членах определенных социальных слоев и их поведении (цит. по: Шевцова 2005: 73).

Я.А. Пархоменко в статье «Публицистическая составляющая медийного образа» приводит следующее определение: «Медиаобраз представляет собой целостный комплекс чувственно-эмоциональных, нравственно маркированных и ментальных кодов, обнаруживающих разноуровневые (пространственно-временные, причинно-следственные, социокультурные, системные и проч.) динамические взаимосвязи, зафиксированные посредством совокупных технологических ресурсов».

Публицистический образ в таком случае является особо значимым компонентом, отвечающим за процесс формирования общественного мнения. Он возникает в результате приписывания какому-либо объекту морально-

нравственной оценки в процессе определения его социокультурной значимости и влияния. Подобной оценке подвергаются все проявления социальной жизни человека (Пархоменко 2015; 31-49).

### ***1.4 Языковые средства формирования образа в СМИ***

Публицистический образ в СМИ формируется с помощью средств, характерных как художественному, публицистическому стилю, так и политической коммуникации. Далее мы рассмотрим эти средства подробнее.

Политическая коммуникация не обладает особыми, отличными от остального языка фонемами, частями речи, падежами или типами предложений. Для грамматического уровня языка в политическом дискурсе свойственны только случаи активизации отдельных грамматических конструкций. Тем не менее, политическая речь имеет ряд характерных только для нее явлений лексико-фразеологического и лексико-стилистического уровня (Чудинов 2012; 72).

#### ***1.4.1 Политическая лексика и фразеология***

Использование политической лексики диктуется спецификой политической речи. Здесь важно разграничить два понятия: политическая лексика и политическая терминология. Политологическая терминология не относится к общеупотребительной лексике, по большей части известна только специалистами и используется в научных или специальных текстах, адресатами которых являются специалисты по политологии. Политическая лексика должна быть понятна широким слоям общества и поэтому относится к общеупотребительным словам.

Политическая лексика постоянно пополняется за счет политической терминологии и введения неологизмов, обозначающих новые явления в жизни страны и мира.

Границы между политической лексикой и политологической терминологией, между политическими неологизмами и политическими

архаизмами достаточно условны. Это означает, что отдельные слова могут получать новые смысловые оттенки в политической коммуникации. Достаточно часто вторичное или вовсе отсутствующее в словаре значение слова становится основным или наиболее распространенным.

*Идеологема* – это слово, содержащее в своем значении идеологический компонент. Существует два основных вида идеологем.

Первый вид идеологем представляют собой лексические единицы, по-разному воспринимаемые сторонниками различных политических взглядов. В основном различия заключаются в эмоциональной окраске слова, возникающей за счет переноса оценки определенного явления.

Нередко такие оценки акцентируются с помощью трансформации слов (коммуняки, демокрады) или сопровождения слова «проясняющим» эпитетом (так называемые демократы, буржуазная демократия). Для достижения этой цели также используется антитеза: например, на место традиционного для советской эпохи противопоставления коммунизма и капитализма пришло противопоставление рыночной и нерыночной экономики или свободной и тоталитарной экономики.

Ко второму виду идеологем относятся лексические единицы, используемые только сторонниками определенных политических взглядов. Они отражают особый взгляд на соответствующую реалию. Для тоталитарного строя свойственна прямая или косвенная регламентация использования определенных лексических единиц (Чудинов 2012; 72-80).

#### ***1.4.2 Лексико-стилистические свойства современных политических текстов***

К этим языковым единицам относятся:

1. *Просторечная лексика.* Активное использование просторечной лексики является примечательным явлением в политической речи. Отдельные участники политического процесса, стараясь выдвинуть на

передний план свою «близостью к народу», могут позволить себе выражения, далекие от образа приличного человека.

2. *Жаргонизмы.* Последнее время в политической коммуникации стала появляться жаргонная лексика из криминальной сферы. Жаргонизмы тесно связаны с ощущениями тревожности, опасности, агрессивности, противоестественности существующего положения дел, резким противопоставлением «своих» и «чужих». Предположительной причиной этому является обострение криминальной обстановки, что отражается в народном сознании.

Тем не менее не каждое использование жаргонной лексики в политической речи можно считать предосудительным. Зачастую именно жаргонизмы позволяют кратко и точно описать явление, не имеющее стилистически нейтрального обозначения.

3. *Интернациональная лексика* в политической коммуникации имеет большее распространение, чем во многих других сферах. Потребности общества и политическая ситуация обуславливают процессы заимствования иноязычных слов в современной политической речи.

Использование интернациональных обозначений в языке объясняется отсутствием в языке исконных слов для обозначения определенных явлений. Большая часть заимствований со временем становится привычной для говорящего и не вызывает у него раздражения или отторжения (Чудинов 2012; 80-90).

### ***1.4.3 Стилистические фигуры и тропы***

Современная политическая речь отличается возрастающей выразительностью. Яркость и неожиданность способов выражения мысли, удачная языковая игра, индивидуальность стиля зачастую имеют более важное значение, чем ясность и политическая корректность содержания текста. Рассмотрим основные средства выразительности, широко распространенные в современной политической коммуникации.

Изобразительно-выразительные средства подразделяются на стилистические фигуры и тропы. Все они являются намеренным отклонением от стандартной речи, направленным на привлечение внимания аудитории с целью заставить её задуматься, осознать многоплановость картины и, в конце концов, понять глубинные смыслы, прочувствовать образ.

*Стилистическая фигура* – это нестандартное, притягивающее внимание построение текста, употребляемое для усиления его выразительности. К стилистическим фигурам относятся антитеза, инверсия, эллипсис, парцелляция, фонетический, лексический и морфологический повтор, синтаксический параллелизм, риторический вопрос и риторический диалог.

*Тропы* – это риторические фигуры, заключающиеся в употреблении лексических единиц в переносном значении и служащие украшением речи. Прямое значение слова при этом уходит на задний план. Наиболее распространенные тропы – это метафора, метонимия, олицетворение, символ, эпитет (Чудинов 2012;91-97).

#### ***1.4.4 Средства формирования образа в политическом дискурсе СМИ***

Выше мы рассмотрели характерные черты политической коммуникации, оказывающие влияние на формирование образа. Средства формирования образа в политическом дискурсе СМИ отчасти пересекаются с ними ввиду того, что политический дискурс СМИ является своего рода отражением политической коммуникации в медиа. Во-первых, политическому дискурсу СМИ свойственно употребление оценочной лексики. Примечательно, что слова с изначально положительной коннотацией могут приобрести отрицательный оттенок в речи журналиста. Оценочность в речи журналиста может выражаться различными способами: с помощью качественно-оценочных прилагательных и существительных, метафор, фразеологизмов, синтаксических средств. Публицистика не только использует уже имеющийся в языке материал, она сама создает новые



значения. Наряду с новыми значениями, публицистика продуцирует свою фразеологию. Устойчивые выражения, стремящиеся к состоянию газетных штампов, также имеют оценочное значение, которое может быть как положительным, так и отрицательным.

Во-вторых, газетная речь отличается собирательным характером повествования, т.е. для нее характерно употребление местоимений 1-го и 3-го лица в обобщенном значении.

В-третьих, широкое распространение в публицистике имеет употребление троп, таких как метафоры, метонимии, олицетворения. Следует также отметить метафорическое употребление терминологии, также свойственное политическому дискурсу СМИ. Особенно сильно СМИ воздействуют на аудиторию с помощью синтаксических фигур. Авторов газетных текстов привлекают своей выразительностью и лаконичностью конструкции разговорной речи (например, эллипс). Также распространено вопросно-ответное построение текста, т.к. оно структурирует материал и легче воспринимается читателем. Из книжной речи политический дискурс СМИ заимствует такие стилистические фигуры, как анафора и эпифора, антитеза и параллелизм (Грушевская, Самарская 2011; 16).

### ***Выводы по ГЛАВЕ I***

В результате анализа теоретических основ исследования мы можем сделать следующие выводы:

1. Политическая лингвистика возникла на пересечении лингвистики с политологией, её предметом является политический дискурс. Дискурсивный подход является основным методом исследования в политической лингвистике. Наиболее распространенными научными направлениями политической лингвистики являются критический анализ политического дискурса, контент-анализ политического дискурса, риторический анализ политического дискурса, когнитивное исследование политического дискурса.

2. Ведущими характеристиками политического текста являются авторство, адресность, общедоступность и эзотеричность, ритуальность и информативность, институциональность и личностный характер, редукционизм и полнота информации, стандартность и экспрессивность, диалогичность и монологичность, явная и скрытая оценочность, агрессивность и толерантность.

3. Политический дискурс СМИ возникает на стыке политического дискурса и дискурса СМИ и обладает следующими характерными особенностями: интенциональность, ориентированность на массовую аудиторию, национально-культурная специфика, идеологичность, информативность и субъективность. Основной целью политического дискурса СМИ является манипуляция общественным сознанием.

4. Образ в лингвистике характеризуется следующими характеристиками: он синтетичен, един, целостный, связан с объектами мира, существует в человеческом сознании, не является объектом познания.

5. Публицистический образ не тождественен образу художественному. Он выполняет служебную, эстетическую, гносеологическую, коммуникативную функции. Ученые выделяют три вида

публицистических образов: словесный образ, образ-картина и образ-персонаж.

б. Образ в политической коммуникации формируется с помощью специфических для данного дискурса явлений: политической лексикологии и фразеологии, идеологем, просторечной, жаргонной и интернациональной лексики и общеупотребительных стилистических фигур и троп. На формирование образа в политическом дискурсе СМИ также влияют оценочная лексика и собирательный характер повествования.

## **ГЛАВА II. Анализ и интерпретация образа мигранта в немецких СМИ**

### ***2.1 Анализ и интерпретация статистических данных***

#### ***о миграции в Германии***

В нашем исследовании образа мигранта в медийном дискурсе мы используем данные не только собственно лингвистические, но также статистические для более полной и всесторонней характеристики исследуемого объекта.

Статистические данные являются информационным инструментом современного общества. Они предоставляют информацию о общественно-политическом, экономическом и политическом развитии, показывают связь между явлениями и позволяют сделать обоснованные выводы.

Необходимость анализа статистических данных в нашем исследовании обуславливается важностью определения места изучаемого явления в общественной жизни, его роли в формировании коллективного сознания и влиянии на развитие языка СМИ.

Прежде чем обращаться к анализу и интерпретации образов, которые создают средства массовой информации, мы решили проанализировать статистические данные на тему миграции и беженцев. Для получения статистических данных мы обратились к сайту Федерального ведомства по делам миграции и беженцев (далее BAMF) Германии. Сайт ведомства функционирует на четырех языках: немецком, английском, русском и турецком. Версии сайта для различных языков отличаются друг от друга наличием или отсутствием какой-либо информации. В частности статистические данные о миграции и беженцах можно найти только в версии сайта на немецком языке, хотя этот раздел существует и в других версиях, где он пустует.

Согласно постановлению Евросоюза от 2008 года Федеральное ведомство по делам миграции и беженцев получило статус национального поставщика данных для Еврокомиссии (Евростата).

ВАМФ предлагает статистические данные по следующим темам: статистика о количестве беженцев, об интеграционных курсах, о «Голубой карте ЕС», о добровольном возвращении на родину по Реинтеграционной и Эмиграционной Программе для лиц ищущих убежища в Германии и Программе для возвращенцев при поддержке правительства.

В ходе анализа статистических данных мы рассмотрим следующие вопросы:

1. число беженцев за 2013-2017 годы
2. страны исхода беженцев
3. религиозная принадлежность беженцев
4. половозрастной состав беженцев
5. распределение квоты на принятие беженцев по федеральным землям

*1. Статистические данные о числе беженцев за 2013-2017 годы и их анализ.*

Немецкие специалисты по статистике выделяют три периода рассмотрения статистики в области миграции и беженцев: 1953-1992, 1992-2008 и с 2008 по сей день. Деление на такие периоды связано с максимумами и минимумами миграции. С 1953 по 1992 количество заявлений для предоставления временного убежища или статуса беженца росло и в 1992 достигло своего максимума в 438 191 ходатайств. В следующем периоде данное количество уменьшалось и в 2008 году достигло минимума в 28 018 заявлений. С 2008 года количество соискателей статуса беженца стабильно росло.

Более детально мы рассмотрим статистику о количестве беженцев за последние пять лет, т.е. с 2013 по 2017(см. рис. 2.1.). Из графика мы видим, что количество ходатайств о предоставлении временного убежища или статуса беженца с 2013 по 2016 росло и в 2016 году достигло абсолютного максимума за период с 1952 года по наши дни. Причиной этого роста является увеличение количество ходатайств граждан Сирии (до 2015 года) и

Афганистана и Ирака (2016 год). При сравнении данных 2016 и 2017 года, мы можем увидеть уменьшение количества ходатайств с 745545 до 222683, т.е. на 70,1%.

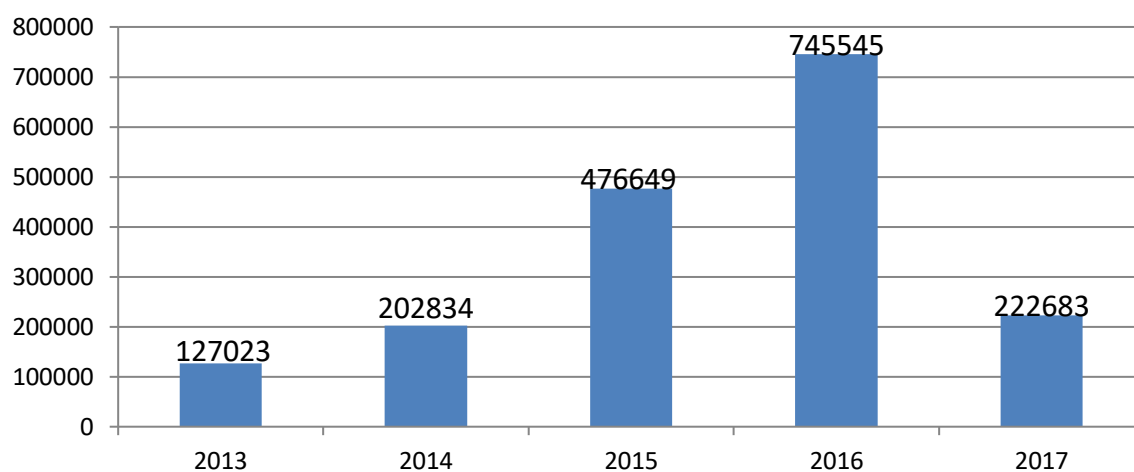


Рис. 2.1. Количество беженцев в Германии с 2013 по 2017 годы.

## 2. Страны исхода беженцев.

Специалисты по статистике в Германии ежегодно выделяют 10 лидирующих стран по исходу беженцев. В 2016 году в пик миграции 83,4% беженцев происходили из этого списка стран. Пять из десяти этих стран являются азиатскими государствами, еще две страны находятся в Европе, и две – в Африке.

Состав данного списка в 2016 году изменился по сравнению с 2015 годом. Босния и Герцеговина, Косово, Македония и Сербия покинули его, в то время как Иран и Россия вновь оказались в этом списке. Также в список вошла Нигерия впервые с 2009 года (см.рис. 2.2.).

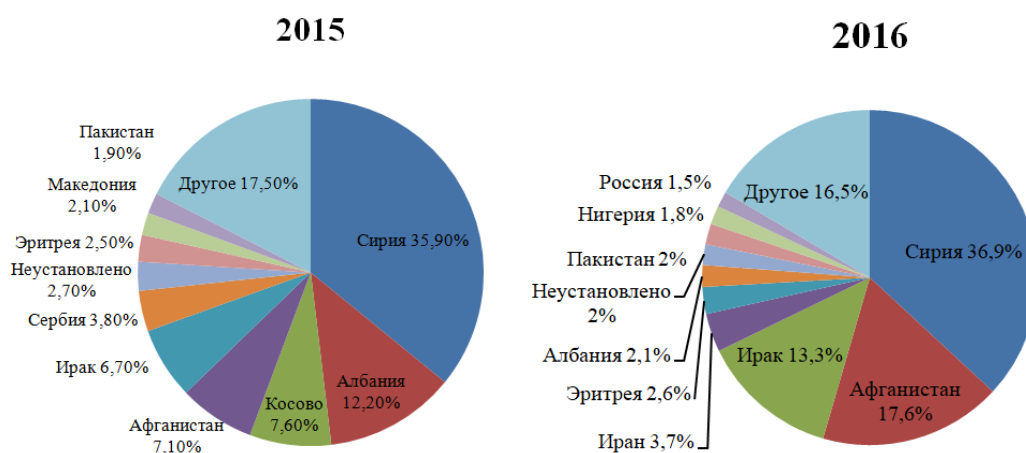


Рис. 2.2. Страны исхода беженцев в Германии в 2015 и 2016 годах.

В десятке лидирующих стран по исходу беженцев в период с января по декабрь 2017 года первое место занимает Сирия с долей в 24,7%. Несмотря на то, что в процентном соотношении количество беженцев из этой страны уменьшилось, она по-прежнему лидирует в списке. Второе место занимает Ирак с долей в 11,1%. За ним следует Афганистан с 8,3%. Это составляет почти половину (44,0%) от всех первичных ходатайств о предоставлении временного убежища или статуса беженца, поданных с января 2017 года. В 2017 году список покинули Албания и Пакистан, их место заняли Сомали и Турция (см. рис. 2.3.).

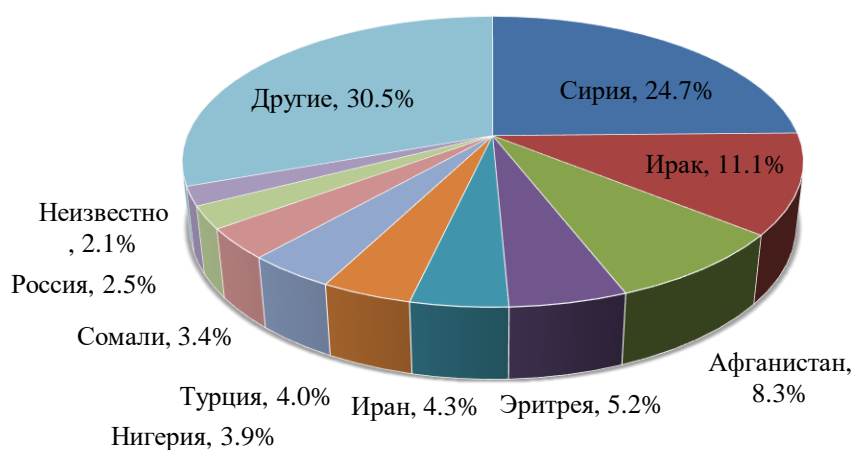


Рис. 2.3. Страны исхода беженцев в Германии в 2017 году.

### 3. Религиозная принадлежность беженцев

При рассмотрении вопроса о религиозной принадлежности беженцев в 2016 году мы видим, что 75,9% являются последователями ислама, что составляет две трети от общего числа беженцев. Христиане составляют 12,2%. На третьем месте находятся езиды с долей в 5,9% (см. рис. 2.4.).

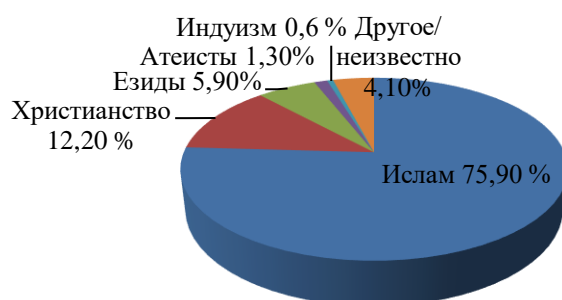


Рис. 2.4. Религиозная принадлежность беженцев в 2016 году.

#### 4. Половозрастной состав беженцев

В 2016 году 65,7% ходатайств о предоставлении временного убежища или статуса беженца поступили от лиц мужского пола. Количество мужчин-беженцев преобладает во всех возрастных группах кроме категории лиц старше 65 лет, где количество женщин больше.

36,2% соискателей статуса беженца являются несовершеннолетними. Почти три четверти (73,8%) принадлежат категории лиц до 30 лет.

В 2017 году 75,2% всех ходатайств поступило от людей младше 30 лет. Наиболее численной возрастной группой является категория лиц до 4 лет. 45% от общего количества беженцев являются несовершеннолетними.

60,5% соискателей были мужского пола. Соотношение числа мужчин и женщин в различных возрастных категориях в 2017 году показывает такую же тенденцию, как и в 2016 году (см. рис. 2.5.).

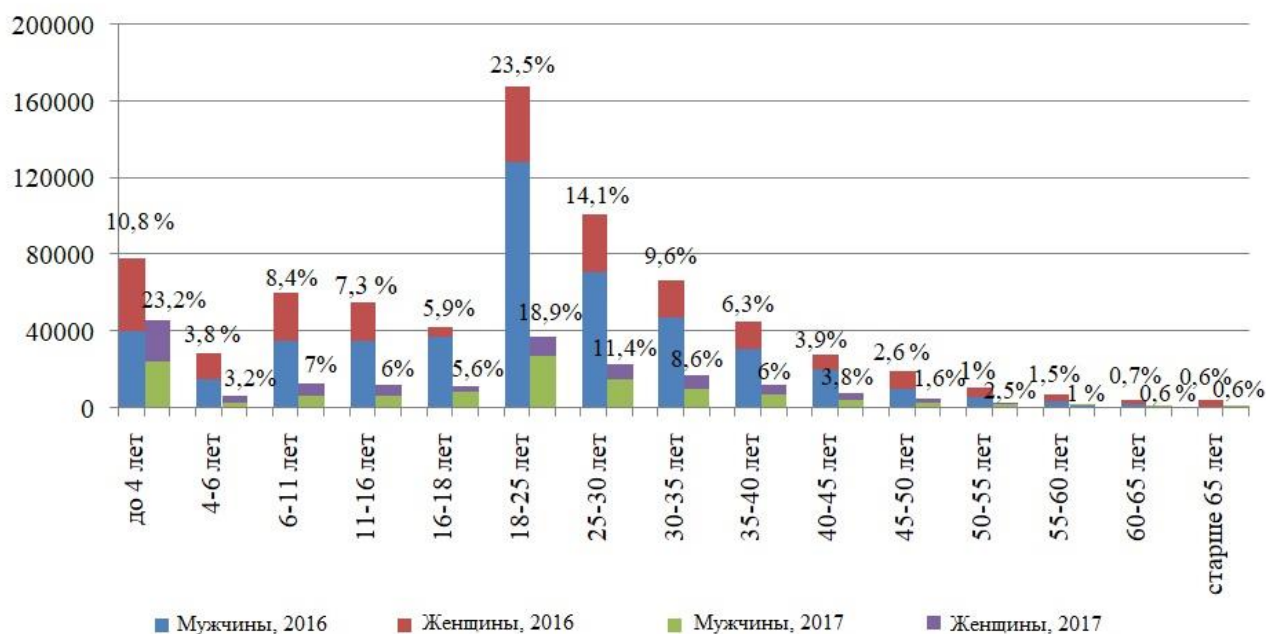


Рис. 2.5. Половозрастной состав беженцев в Германии в 2016 и 2017 годах.



## 5. *Распределение квоты на принятие беженцев по федеральным землям*

С помощью программы по первичному распределению желающих получить убежище (EASY –Erstverteilung von Asylbegehrenden) соискателям статуса беженца предоставляется возможность пребывания в центрах временного содержания беженцев. Данная система функционирует с 1 апреля 1993 года.

Распределение квот между федеральными землями осуществляется на основе схемы Кёнигштайнского ключа («Königsteiner Schlüssel»). Схема происходит от Кёнигштайнского соглашения федеральных земель 1949 года, которое регулировало финансирование научных исследований. Сейчас сфера применения данного соглашения выходит далеко за рамки научных исследований, а именно соглашение определяет долю участия отдельных федеральных земель в общем финансировании Германии. Эта доля зависит от налоговых поступлений в бюджет и численности населения.

Результаты применения данной системы мы можем видеть в таблице. Под квоту на распределение подходят только те беженцы, которые по закону обязаны быть размещены в лагерях временного пребывания. Однако, мы видим, что реальная доля иногда не совпадает с выделенной квотой. Это связано с тем, что не все соискатели статуса беженца могут быть распределены на основе Кёнигштайнского ключа. Например, несовершеннолетние лица, а также лица, находящиеся под следствием или в больнице.

Как и в 2016 году, в 2017 наибольшее количество беженцев принимают следующие федеральные земли: Северный Рейн-Вестфалия, Бавария, Баден-Вюртемберг, что может иметь последствия на социальную ситуацию и напряженность в обществе именно в этих регионах (см. рис. 2.6.).

### Квоты по распределению беженцев по федеральным землям в 2016 и 2017 годах

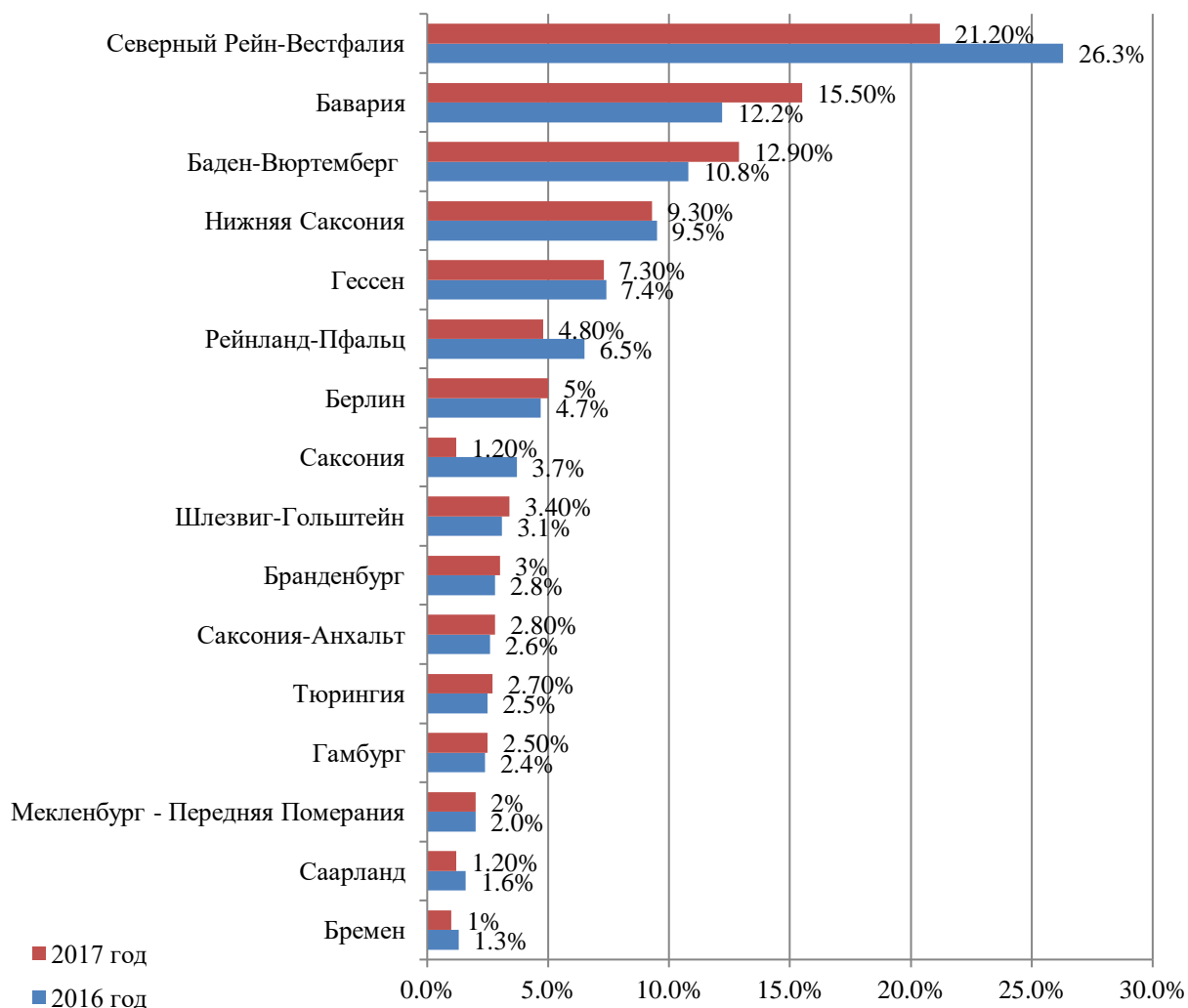


Рис. 2.6. Квоты по распределению беженцев по федеральным землям в 2016 и 2017 годах.

На основании приведенной и проанализированной статистики мы можем сделать вывод о том, что процесс миграции беженцев имеет большие масштабы в Германии и за последние годы уже стало неотъемлемой частью жизни немецкого общества. В результате этот социальный феномен не может остаться без внимания прессы и поэтому представляет особый интерес для лингвистического исследования в плане анализа и интерпретации образа мигранта, который формируют СМИ.

## ***2.2 Анализ лексических единиц, актуализирующих образ мигранта: статистика, дефиниции, синонимия.***

Результаты анализа и интерпретации статистических данных подтверждает следующий факт: по данным Общества немецкого языка слово ***Flüchtling*** стало словом 2015 года. Критерием отбора слова года является не столько частота его употребления, сколько его значимость и популярность в политической, экономической и общественной жизни страны. Жюри утверждает, что слово примечательно не только тем, что относится к ведущей теме года, но также интересно в лингвистическом плане. Образованное от глагола *flüchten* с помощью суффикса *-ling*, слово *Flüchtling* может звучать пренебрежительно: образованные по той же словообразовательной модели слова *Eindringling*, *Emporkömmling* или *Schreiberling* имеют негативную коннотацию, а слова *Prüfling*, *Lehrling*, *Findling*, *Sträfling* или *Schützling* включают в себя отчётливый пассивный компонент (*Gesellschaft für deutsche Sprache*).

В ходе работы мы проанализировали публикации и разделы на тему миграции семи периодических онлайн изданий: *Die Welt*, *Spiegel Online*, *Focus Online*, *Deutschland.de*, *Stern*, *Deutsche Welle*, *Zeit* и выделили понятия, относящихся к теме миграции. В 2015-2016 году для актуализации образа мигранта использовались следующие лексемы: *Asylant*, *Asylbewerber*, *Migrant*, *Flüchtling*, *Einwanderer*, *Zuwanderer*, *Immigrant*, в 2017-2018 году данный ряд лексических единиц дополнили следующие слова: *Geflüchtete*, *Asylsuchende*, *Eindringling*. Рассмотрим дефиниции данных лексических единиц, приведенные в словаре *Duden*:

*Der Asylant* - *jemand, der um Asyl nachsucht; jemand, der Asylrecht beansprucht (wird gelegentlich als abwertend empfunden).*

*Der Asylbewerber* - *jemand, der um Asyl nachsucht.*

*Der Asylsuchende* – *Asylbewerber*

*Der Eindringling* - *jemand, der irgendwo, bei jemandem eindringt.*

*Der Einwanderer - jemand, der in ein Land einwandert oder eingewandert ist; Immigrant.*

*Der Flüchtling - Person, die aus politischen, religiösen, wirtschaftlichen oder ethnischen Gründen ihre Heimat eilig verlassen hat oder verlassen musste und dabei ihren Besitz zurückgelassen hat.*

*Der Geflüchtete – отсутствует статья*

*Der Migrant - jemand, der in ein anderes Land, in eine andere Gegend, an einen anderen Ort abwandert.*

*Der Immigrant – Einwanderer.*

*Der Zuwanderer - jemand, der zuwandert, zugewandert ist (Duden).*

Из предложенных дефиниций выделим ключевые характеристики. Migrant: 1. это человек (мужчина, женщина, ребенок), который переезжает; 2. он переезжает в другую страну, регион, место. Из определения слова Flüchtling следуют такие характеристики: 1. это человек, покидающий Родину, переезжающий в другую страну; 2. он переезжает вследствие необходимости, по политическим, экономическим, религиозным или этническим причинам; 3. он теряет нажитое имущество. Определения слов Asylant, Asylbewerber и Asylsuchende совпадают, и ключевой характеристикой здесь является подача человеком заявления на предоставления убежища. В словах Zuwanderer, Einwanderer, Immigrant присутствует характеристика человека, переезжающего в другую страну. Ключевой характеристикой в значении слова Eindringling является вторжение куда-либо. Слово обладает крайне негативной коннотацией и состоит в тесных связях со словами deutsch-faschistisch, unerwünschte, unwillkommene, hitlerische, т.е. слово не относится к дискурсу о мигрантах, оно использовалось автором статьи узуально. Слово Geflüchtete появляется в статьях в прессе, однако в словаре его определение отсутствует, и далее мы будем рассматривать его в одном ряду со словом Flüchtling, т.к. они являются однокоренными.

Наряду с информацией, предоставленной лингвистами (часть речи, правописание, значение, синонимы, антонимы, произношение), словарь Duden предлагает читателям данные о частотности употребления и типичных связях.

Чтобы выделить наиболее распространенные лексические единицы, актуализирующие образ мигранта, для дальнейшего анализа синонимов и типичных связей, мы обратились к данным о частотности употребления, которые генерируются с помощью компьютера на базе корпуса Дудена. Корпус Дудена включает в себя электронное собрание полных текстов с более чем тремя миллиардами словоформ. В корпусе представлены тексты, составленные за последние пятнадцать лет и относящиеся к различным типам текстов (романы, научно-популярная литература, газеты, журналы и т.д.).

Различают пять классов частотности от «высшего» до «малого».

■■■■■ обозначает, что слово относится к 100 наиболее употребляемым словам в корпусе Дудена

■■■■□ обозначает, что слово относится к 1000 наиболее употребляемым словам в корпусе Дудена

■■■□□ обозначает, что слово относится к 10 000 наиболее употребляемым словам в корпусе Дудена за вычетом слов из топ 1000

■■□□□ обозначает, что слово относится к 100 000 наиболее употребляемым словам в корпусе Дудена за вычетом слов из топ 10 000

■□□□□ обозначает, что слово не относится к 100 000 наиболее употребляемым словам и является очень редким или вовсе отсутствует в корпусе Дудена

Из 10 выбранных нами слов, используемых для обозначения мигрантов, 1 слово (*der Geflüchtete*) отсутствует в словаре вовсе, 5 слов (*der Zuwanderer, der Immigrant, der Asylsuchende, der Eindringling, der Asylant*) относятся ко второму классу частотности употребления, и 4 слова относятся к третьему классу (*der Asylbewerber, der Migrant, der Flüchtling, der*

Einwanderer), т.е. входят в 10 000 наиболее употребляемых слов немецкого языка. Примечательно, что два года назад, в 2015 году, к третьему классу частотности относились только два слова: *der Migrant* и *der Flüchtling*.

Мы проанализировали данные о типичных связях (существительные и прилагательные), представленные в словаре Duden, и синонимы слов, актуализирующих образ мигранта, обладающих большей частотностью употребления, для определения доминирующего значения и их стандартных характеристик. Типичные связи (облака слов, или взвешенные списки, представленные визуально) генерируются с помощью компьютера (так же, как и частотность употребления) и документируются, в каком контексте слова употребляются в текстах. Базой служит корпус Duden.

Данные формируются автоматически, их обработка основывается на статистическом методе. «Облака слов» наглядно показывают степень типичности связей между (черным) заглавным словом и (красными) контекстными словами. Контекстные слова, написанные более крупным шрифтом, имеют более тесные связи с заглавным словом, чем написанные менее крупным шрифтом. «Облака слов» группируются по частям речи: прилагательные, глаголы и существительные и существуют для слов третьего, четвертого и пятого класса частотности употребления.

Далее на рис. 2.7-2.10 представлены сами «облака слов» и синонимичные ряды.

1. Облака слова *Asylbewerber*. Его синонимы.

Синоним лексемы *Asylbewerber*: *Flüchtling*.



Рис. 2.7. Облака слова *Asylbewerber*.

2. Облака слова **Migrant**. Его синонимы.

Синонимы лексемы Migrant: Einwanderer, Einwanderin, Immigrant, Immigrantin, Zuwanderer, Zuwanderin.



Рис. 2.8. Облака слова Migrant.

3. Облака слова **Flüchtling**. Его синонимы.

Синонимы слова Flüchtling: Asylbewerber, Asylbewerberin, [Heimat]vertriebener, [Heimat]vertriebene.



Рис. 2.9. Облака слова Flüchtling.

4. Облака слова **Einwanderer**. Его синонимы.

Синонимы лексемы Einwanderer: Immigrant, Immigrantin, Migrant, Migrantin, Zuwanderer, Zuwanderin.

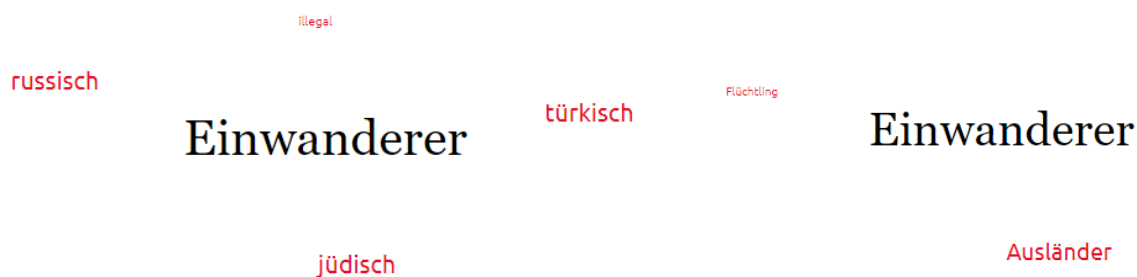


Рис. 2.10. Облака слова Einwanderer.

При анализе синонимических рядов, представленных редакторами словаря, мы можем выделить две парадигмы: Immigrant, Immigrantin, Migrant, Migrantin, Zuwanderer, Zuwanderin, Einwanderer и Asylbewerber, Asylbewerberin, [Heimat]vertriebener, [Heimat]vertriebene, Flüchtlinge, Asylant. Решающим критерием разделения этих парадигм является семантика наличия/отсутствия чрезвычайных обстоятельств, оставивших людей покинуть свою страну и искать убежища в другой, т.е. между синонимическими рядами возникает та же разница, которая прослеживается при анализе характеристик, выделяемых из дефиниций слов Migrant и Flüchtling. Однако при детальном ознакомлении с типичными связями слов этих парадигм мы можем прийти к выводу, что грань между парадигмами стирается, т.к. все указанные слова находятся в тесной связи. Так в типичных связях слова Migrant мы находим слово Asylant, а слово Flüchtling тесно связано со словами Migrant, Einwanderer, Immigrant, Aussiedler, в характеристике которых отсутствует признак наличия чрезвычайных обстоятельств для смены места жительства. Мы видим, что грань между синонимическими рядами стирается, и их можно объединить в один ряд. В прессе все эти слова являются взаимозаменяемыми. Причиной этому служит актуальность темы в обществе и выход процесса миграции беженцев на первый план по сравнению с рядовой миграцией.

Тенденцию отождествления слова Flüchtling и слова Migrant можно подтвердить на примерах статей в газетах. Так, последняя статья, в которой говорится о мигрантах, не подразумевая беженцев, датируется 13.04.2013 (Mehr Zuwanderung aus EU-Ländern (Deutschland.de), т.е. до миграционного кризиса. Также, во всех периодических изданиях по тегам или поисковым запросам «Migranten» и «Flüchtlinge» мы находим одинаковые статьи. Поэтому мы будем рассматривать эти понятия как тождественные.

Обобщая данные о тесной связи слов der Asylbewerber, der Migrant, der Flüchtling, der Einwanderer с прилагательными, мы видим, что основным определением мигранту/беженцу служит его национальность (schwarz-



afrikanisch, kurdisch, togoisch, afrikanisch, afganisch, serbisch, ruandisch, türkisch, russisch, т.е. национальная принадлежность к десятку стран лидирующих по исходу беженцев в 2017 году), религиозная принадлежность (muslimisch, jüdisch) и легальность пребывания (anerkannt, illegal), что объясняется разнообразием стран исхода беженцев в Германию.

### **2.3 Образ мигранта в немецких СМИ в сравнительном аспекте в 2015-2016 и 2018 годах**

Далее мы представим анализ фактического материала за 2015-2016 и 2018 год и отметим тенденции развития данной тематики и актуализации образа мигранта в периодических изданиях этих двух временных отрезков.

#### **2.3.1 Образ мигранта в немецких СМИ на базе фактического материала 2015-2016 года**

В результате анализа фактического материала за 2015-2016 год мы можем сделать вывод, что немецкие СМИ стремились к созданию положительного образа мигранта. Авторы газетных статей пытались вызвать у аудитории сочувствие и взывали к их человечности. Эту кампанию в СМИ можно озаглавить фразой из статьи Максимилиана Поппа в газете Spiegel Online: *«Europa leidet unter keiner Flüchtlingskrise»*. (Spiegel, 12.05.2016) Журналисты приписывают мигрантам следующие характеристики:

1. Мигранты – обычные люди, они ничем не отличаются от граждан Германии. Главное их желание – это желание интегрироваться. В доказательство этому СМИ публикуют статьи, описывающие быт и истории отдельных беженцев. Так, газета Spiegel Online печатает статью *«Flüchtlinge und ihre Smartphones: Viber, Xavier und deutsches Gemüse»*, автор которой описывает содержимое смартфонов шести мигрантов, например, *«Die wichtigste Apps hat er in einem Ordnung gesammelt. Es sind hauptsächlich Programme die ihm helfen, Deutsch zu lernen. Und einkaufen: Dafür hat Ahmad eine App, die deutsche Gemüsesorten übersetzt»*(Spiegel, 12.05.2016).Автор

фокусирует внимание на том, что самыми важными приложениями в смартфоне являются приложения по изучению немецкого языка.

2. Мигранты не защищены. Страны не могут гарантировать им ни правового статуса, ни приемлемых перспектив. Автор высказывания использует синтаксический параллелизм и лексический повтор для создания впечатления уверенности.

*«So hätten die Geflohenen dort keinen sicheren Rechtsstatus. ... Zweitens könne die Türkei den Flüchtlingen keine dauerhafte Perspektive bieten. ... Und drittens könne die Türkei den vielen Flüchtlingen weder eine ausreichende Versorgung noch Unterkunft bieten» (Deutsche Welle, 03.06.2016).*

Если мигранты нуждаются в защите, то нужно призвать общественность к пониманию, а государство к поддержке. Это и делает Катрин Гёринг-Экардт, представитель партии Die Grünen:

*«Die Grünen-Fraktionsvorsitzende Katrin Göring-Eckardt setzte sich angesichts der jüngsten Flüchtlingsdramen dafür ein, "mit Nachdruck für eine humane Flüchtlingspolitik zu kämpfen". Innerhalb der Europäischen Union müsse es "eine faire Lösung für die Aufnahme und Verteilung von Flüchtenden" geben, forderte Göring-Eckardt am Samstag. Darüber hinaus müssten "sichere Fluchtwege nach Europa" eingerichtet werden, unter anderem mit Hilfe von Kontingenten und mit humanitären Visa» (Stern, 04.06.2016).*

3. Мигранты нуждаются. Это люди в беде, которым нужно предоставить помощь. В этом и заключается задача мирового сообщества.

*«Die EU könnte schlicht das tun, was ihre Grundrechtscharta und das deutsche Grundgesetz versprechen - und was Anstand und Vernunft gebieten: Menschen in Not Schutz gewähren» (Spiegel, 12.05.2016).*

Однако они никому не нужны. Их трагедии никого не касаются, обществу и государству безразлично, что происходит с этими людьми – так представляет проблему газета Spiegel в статье «Berichte über Schüsse auf Flüchtlinge: Kollektives Schulterzucken»:

«Die Syrische Beobachtungsstelle für Menschenrechte sprach im März gar von 16 Toten. Die Bundesregierung reagiert, anders als im Januar, mit kollektivem Schulterzucken»(Spiegel, 12.05.2016).

Здесь же мы видим прямой упрёк в безразличии, как предательстве ценностей цивилизации: «Von einem "Verrat an den Werten der Zivilisation" sprach CDU-Vizechef Armin Laschet» (Spiegel, 12.05.2016). Автор возводит это безразличие на уровень вселенского зла, не только противопоставляя его любви, но и утверждая, что она даже хуже ненависти: «Das Gegenteil von Liebe ist nicht Hass, sondern Gleichgültigkeit» (Spiegel, 12.05.2016).

5. Мигранты находятся под ложным и ненужным подозрением. Террористические акты, исполнителями которых были лица, проживающие в лагерях для беженцев, могут послужить поводом к тотальному недоверию и подозрению к мигрантам. Поэтому статьи, в которых освещается тема террористической угрозы, строятся следующим образом: в начале статьи говорится о существующей опасности, а в конце статьи даётся цитата, опровергающая вышесказанное. При этом цитата служит в каком-то смысле выводом и запоминается читателю сильнее, чем то, что было сказано в начале статьи.

«Am Freitag wurden neue Details zu den mutmaßlichen Terroristen bekannt. Behörden bestätigten, dass die Männer in Deutschland als Flüchtlinge getarnt in Unterkünften für Asylbewerber lebten.

Der Chef der Deutschen Polizeigewerkschaft, Rainer Wendt, warnte davor, Flüchtlinge unter Generalverdacht zu stellen. Es sei ganz offensichtlich die Strategie des IS, Flüchtlinge in Misskredit zu bringen und Ängste vor ihnen zu schüren, indem man eigene Leute als Asylbewerber nach Europa einschleuse, sagte Wendt» (Stern, 03.06.2016).

"Die Möglichkeit, dass sich unter einer großen Menge Flüchtlinge auch einzelne IS-Anhänger einschließlich ausgebildeter Attentäter befinden, darf nicht dazu führen, jetzt Flüchtlinge aus Syrien und dem Irak pauschal unter

*terroristischen Generalverdacht zu stellen", sagte die innenpolitische Sprecherin der Linken im Bundestag, Ulla Jelpke» (Deutsche Welle, 11.05.2016).*

### **2.3.2 Образ мигранта в немецких СМИ на базе фактического материала за 2018 год.**

Для анализа современного состояния темы беженцев и образа мигранта мы изучили пятьдесят публикации периодических изданий с января по апрель 2018 года. Среди них можно выделить следующие тематические блоки: празднование Нового года, кораблекрушения в Средиземном море, проявления недовольства в обществе, быт и интеграция беженцев. Рассмотрим каждую тему более подробно.

#### **1. Празднование Нового года.**

В данной теме можно выделить два направления: Новый Год в Кёльне и поздравление беженцев от Папы Римского. В течение новогодней ночи газета Stern публиковала новостные сообщения о происходящем в Кёльне. Такой ажиотаж объясняется событиями новогодней ночи 2015-2016 года, когда десятки женщин подверглись домогательствам и насилию со стороны мигрантов на главной площади города. В первой статье на эту тему упоминается причина беспорядков и их виновники

*«Viele Beschuldigte waren Nordafrikaner und Flüchtlinge» (Stern, 31.12.2017).*

Далее редакторы рисуют позитивную картину: отмечают разряженную обстановку, утверждают, что Новый год на площади празднуют все вместе: местные жители Кёльна и мигранты, пожилые и молодые, семьи с детьми.

*«Rund um den Dom ist es pickepackevoll. Es feiern alteingesessene Kölner und Migranten, Alte und Junge, Familien mit Kindern» (Stern, 1.01.2018).*

*«Auf der Domplatte herrscht vor einer Konzertbühne eine entspannte Atmosphäre. Hier feiern alt eingesessene Kölner zusammen mit Migranten, auch viele Kinder sind dabei» (Stern, 31.12.2017).*

Авторы статьи также указывают негативные отзывы об организации празднований от Amnesty International: организация выражает недовольство тем, что сотни человек были задержаны только по причине своего реального или предположительного североафриканского происхождения. Эту критику можно рассматривать как упрек в ущемлении прав беженцев.

*«Kritik gab es trotzdem: Hunderte Menschen seien allein aufgrund ihrer tatsächlichen oder vermuteten nordafrikanischen Herkunft eingekesselt und kontrolliert worden, kritisierte Amnesty International»(Stern, 1.01.2018).*

Полиция также зарегистрировала несколько драк и порчи имущества, но Stern оправдывает это тем, что во время празднования и под действием алкоголя это рядовое явление, и вины мигрантов в этом нет.

*«Die Polizei verzeichnet Schlägereien und Sachbeschädigungen. ... «Das sind die üblichen Einsätze, wenn viele Leute feiern und Alkohol trinken.» (Stern, 1.01.2018).*

## 2. Кораблекрушения в Средиземном море

Кораблекрушения в Средиземном море в последние годы перестали быть редкостью. Они стали настолько частым явлением, что получили особое название в прессе – Flüchtlingsdrama. Слово «драма» подчеркивает тяжесть происходящих в Средиземном море событий.

*«Neues Flüchtlingsdrama Zahlreiche Menschen sterben im Mittelmeer» (Spiegel, 6.01.2018).*

*«Zahl der Toten nach Flüchtlingsdrama im Mittelmeer steigt auf 64» (Stern, 8.01.2018).*

*«Tote und Vermisste bei Flüchtlingsdrama im Mittelmeer» (Zeit, 6.01.2018).*

Наряду со словом «драма» мы можем встретить слово «трагедия» - Flüchtlingsstragödie, что отражает еще более высокую степень напряженности и ужаса.

*«Bei der ersten Flüchtlingsstragödie des neuen Jahres im Mittelmeer sind vor der libyschen Küste mindestens acht Menschen ums Leben gekommen»(Zeit, 6.01.2018).*

В основном кораблекрушения описывают эмоционально и сочувственно. Stern напоминают, что миграционный маршрут через Средиземное море является самым опасным в мире

*«Die Migrationsroute über das Mittelmeer nach Europa ist die gefährlichste der Welt»* (Stern, 6.01.2018).

16 января 2018 года Deutsche Welle в статье *«Rund 1400 auf dem Mittelmeer gerettet»* утверждает, что было спасено так много человек, сколько не было спасено ещё ни в один день этого года (*«so viele wie noch an keinem Tag dieses Jahres»*) (Deutsche Welle, 16.01.2018). С одной стороны, данное заявление, несомненно, справедливо, т.к. кораблекрушение 16 января было крупнейшим кораблекрушением 2018 года на тот момент. С другой стороны, если не обращать внимания на то, что год только начался (что скорее всего и сделает рядовой читатель) и подобных бедствий произошло еще немного, то такое утверждение звучит очень громко. В газете Zeit отмечается, что были спасены многочисленные женщины и дети (*«86 Menschen konnten nach einem Bericht der Nachrichtenagentur Ansa von der italienischen Küstenwache und Marine gerettet werden, darunter auch zahlreiche Kinder und Frauen»*) (Stern, 8.01.2018), что тоже апеллирует к жалости читателя, т.к. женщины и дети являются более слабыми и менее защищенными членами общества.

При описании этих кораблекрушений Spiegel и Deutsche Welle приводит цитаты неправительственной организации Проактива, целью которой является спасение потерпевших кораблекрушение. Эти цитаты добавляют эмоциональности статьям. Так, Spiegel ссылается на основателя организации Проактива, который публикует в Твиттере фразу: *«Die Totenzählung für 2018 hat soeben begonnen. Traurigkeit und Verzweiflung»* (Spiegel, 6.01.2018). Deutsche Welle также приводит цитату из Твиттера, отмечая ужасные условия, то, что корабль мог затонуть в любой момент и вид был вовсе невыносимым.

«Die Menschen hätten "zu viele Stunden" dicht gedrängt unter "furchtbaren Bedingungen" verbracht und seien dem Tode nah gewesen. "Das Schiff hätte jeden Moment sinken können", erklärte Proactiva im Kurzbotschaftendienst Twitter. Der Anblick sei "unerträglich" gewesen» (Deutsche Welle, 16.01.2018).

Однако не все издания обращают особое внимание этой проблеме. Так, последняя публикация Bild на тему Flüchtlingsdrama датируется апрелем 2017, хотя с тех пор произошло немало бедствий такого рода. Издание пытается отстраниться от темы беженцев, т.к. более не считает её актуальной.

Публикации в газете Focus на тему кораблекрушений приходятся на 2015 год. В 2018 год данное издание публикует статью с заголовком Flüchtlings-Drama, но она посвящена не трагедии в Средиземном море, как все статьи с таким тегом в других газетах, а сирийцам, погибшим от холода на границе с Ливаном. Таким образом, издание пытается за счет изменения значения, которое получило слово Flüchtlingsdrama, просто привлечь внимание читателей.

### 3. Проявление недовольства в обществе

Данный вопрос получил широкую огласку в феврале 2018 года. В географическом плане все публикации посвящены либо Котбусу (Бранденбург), либо Фрайбергу (Саксония).

Можно выделить 3 формы изъясления недовольства миграционной политикой и/или мигрантами, описанные в статьях: официальный отказ города от приема беженцев («Die sächsische Stadt Freiberg will für vier Jahre keine Flüchtlinge mehr aufnehmen» (Spiegel, 02.02.2018), демонстрации и праворадикальные акции («Rechtsextreme verteilen Reizgas an Passanten» (Spiegel, 01.02.2018).

Официальный отказ от приема беженцев является своего рода превентивной мерой против общественных беспорядков. Таким путём пошел саксонский город Фрайберг, последовав примеру Зальцгиттера, Дельменхорста и Вильгельмсхафена (Нижняя Саксония). В своей речи мэр

города твердо мотивирует позицию города: он утверждает, что во Фрайберге был достигнут тот предел, когда они должны действовать (*«In Freiberg haben wir ein Maß erreicht, wo wir handeln müssen»*, sagt Bürgermeister Sven Krüger. *Die Stadt fordert ein Zuzugsverbot für Flüchtlinge»* (Spiegel, 2.02.2018), что они дошли до своей «границы вместимости». Свен Крюгер выражает недовольство миграционной политикой района (*«Der angestrebte Zuzugsstopp kein Nein zu Flüchtlingen, sondern Nein zur Asylpolitik des Landkreises»* (Spiegel, 2.02.2018). Это заявление звучит сродни лозунгу благодаря употреблению субстантивированного «Нет» и параллелизму в конструкции. Мэр города также напоминает Федеральному правительству об обещании, что ни один город не должен будет страдать от политики интеграции (*«Er erinnerte die Bundesregierung an das Versprechen, dass keine Kommune auf den Kosten der Integration sitzenbleiben werde»* (Spiegel, 2.02.2018), хотя, согласно его словам, город принимает 70% мигрантов во всей Саксонии.

Принимая во внимание тот факт, что изначально прием беженцев планировалось приостановить на два года, но в итоге было вынесено решение о четырех годах, мы можем утверждать, что решение руководства города и заявления мэра в прессе должны успокоить граждан города и убедить их в том, что они находятся под защитой избранных ими представителей, и предотвратить беспорядки.

*«Ursprünglich sollte das Zuzugsverbot nur für zwei Jahre gelten. Die SPD- und CDU-Fraktionen hatten aber vor Beginn der Sitzung des Stadtrats die Änderung auf vier Jahre eingebracht»* (Spiegel, 02.02.2018).

Решение о прекращении приёма беженцев в городе Котбус было вынесено не органами местного управления, как во Фрайберге, а правительством федеральной земли уже вследствие многочисленных столкновений между сирийцами и немцами. Такие столкновения не новость в Германии, но именно про Котбус пишут, что город имеет проблему с праворадикалами и агрессивными беженцами (*«Cottbus hat ein Problem mit rechter Gewalt und aggressiven Flüchtlingen»* (Spiegel, 1.02.2018). В основном в



статьях указывают на противоправные действия, направленные против мигрантов: распыление раздражающего газа, раздача листовок с националистическим содержанием, нападения на лагеря временного пребывания, хулиганство, поножовщина. Утверждается, что количество актов насилия возросло с середины 2016 года. Всё это приводит к демонстрациям, представляющим противоположные точки зрения, проходящим на соседних улицах.

*«Mehrere Hundert Demonstranten sind am Samstag in Cottbus für eine weltoffene Stadt und ein Leben ohne Angst in der Stadt auf die Straße gegangen. ... Gegen 14.00 Uhr ist in unmittelbarer Nähe auch eine Gegendemonstration geplant»* (Zeit, 03.02.2018).

Так средства массовой информации рисуют ужасную картину притеснения беженцев, опасности для их жизни и здоровья. При этом Deutsche Welle признает наличие правых в городе, но утверждает, что медийный образ Котбуса утрирован. Похожие комментарии мы можем увидеть в Spiegel Online о Саксонии: в статье «Hass auf Ausländer. Sachsen, braunes Naziland? Unfug» задается риторический вопрос, типично ли насилие именно для восточной Германии, для Саксонии. («*Binnen weniger Tage gab es in Sachsen mehrere Übergriffe auf Zuwanderer - typisch Ostdeutschland? Nein – typisch Rassismus*» (Spiegel, 28.01.2018) Автор отвечает на свой вопрос, что это расизм и поясняет, что с ним нужно бороться всем вне зависимости от географического положения.

#### ***2.4 Соотношение образа мигранта и образа немецкого общества глазами мигрантов в СМИ***

Образ немецкого общества с точки зрения мигрантов в немецком медиадискурсе оказывает особое влияние на формирование образа самих мигрантов.

В 2015 году в периодическом издании Focus Online был опубликован цикл из пяти статей «Немцы спрашивают – беженцы отвечают» («Deutsche

fragen – Flüchtlinge antworten»). Цикл построен по одному вопросно-ответному принципу: мигрантам задаются вопросы, наиболее интересующие общество на тот момент, и они сами отвечают на них. В статьях затрагиваются темы семьи, работы и планов на будущее.

Некоторые опрошенные беженцы рассматривают Германию как место временного пребывания и намерены отправиться для дальнейшего проживания в Британию или Швецию. Остальные мигранты, планирующие остаться в Германии, возлагают надежды на будущее именно в этой стране, потому что, по их мнению, здесь им будет лучше всего не только в бытовом, но и в плане медицины и охраны правопорядка.

*«Wir haben mitbekommen, dass die Unterstützung hier am besten ist.»* (Focus Online, 19.08.2015).

Они считают, что в Германии им рады.

*«Es heißt, dass wir hier willkommen sind»* (Focus Online, 19.08.2015).

Беженцы делятся надеждами найти работу, заработать деньги и перевезти свою семью.

*«Ich will nach Berlin, dort will ich Arbeit suchen»* (Focus Online, 19.08.2015). *«Jetzt hoffe ich, dass ich bald Asyl bekomme und vielleicht sogar arbeiten darf. Dann könnte ich Geld sparen und irgendwann meiner Frau und den Kindern die Reise nach Europa bezahlen»* (Focus Online, 21.08.2015).

Однако такие ожидания свойственны вновь прибывшим беженцам. Те люди, которые уже начали оформление документов, делятся иными впечатлениями. Они досадуют на то, что не могут работать без официального разрешения, хотя у них имеется на то большое желание, и работодатели идут им навстречу.

*«Dreimal schon habe ich mir in dieser Zeit Arbeit in Deutschland gesucht. ... Weil ich kein Aufenthaltsrecht habe, darf ich hier nicht arbeiten»* (Focus Online, 18.08.2015).

Газета Zeit публикует историю актрисы Матейи Медед под заголовком «Rassismus: Wütende Frau mit Migrationshintergrund» 19 февраля 2018. Матейя

Медед рассказывает о переезде и интеграции её семьи в немецком обществе, в её речи сквозят нотки ярости.

Идея статьи заключается в том, что человек, став беженцем, уже никогда не будет воспринят обществом иначе. Матейя повторяет это на протяжении всей статьи. Она утверждает, что клеймо беженца ей поставили на лбу еще в детстве, превратили его в татуировку, которая со временем многократно изменялась, а затем она превратилась в иностранку, и теперь стала женщиной с миграционным прошлым. Актриса употребляет игру слов миграционный фон – миграционный передний план (Migrationshintergrund - Migrationsvordergrund), с помощью которой она указывает, что именно миграционное происхождение во многом определяет отношение к ней, особенно в профессиональной сфере. Из-за такого стереотипного мышления ей предлагают стереотипные второсортные роли.

Актриса обращает внимание, что даже язык предполагает отрицательное отношение к людям, которых называют Flüchtlinge, потому что суффикс –ling, по её мнению, несет в себе унизительное воздействие и негативную коннотацию.

Матейя сама разъясняет, что она хотела сказать в своей статье: именно люди с небелым цветом кожи могут объяснить, что такое расизм, и она делает это, она готова освободиться от оков, которыми её сковали, обнять сторонников правоконсервативной партии «Альтернатива для Германии» и сказать им, что не стоит бояться, что она, мигрант, сможет у них что-то отнять.

На сайте Deutsche Welle мы можем найти статью «Gebt mir einen Job, keine Zeitarbeit» от 12.02.2018. Заголовок представляет собой обращение главного героя этой статьи, Мохамеда, специалиста по медицинской технике, к работодателям. Ключевой темой статьи являются проблема трудовой дискриминации, которая проявляется в поиске работы, найме, двойных стандартах в условиях труда.

Во-первых, для поиска работы Мохамату требовалось подтвердить свой диплом и знание немецкого языка. Здесь сириец встретил первый бюрократический барьер: оформление диплома длилось целый год.

Во-вторых, мигранты вытесняются в сектор низкооплачиваемого труда. Даже на одной и той же должности немец и беженец будут получать разные зарплаты.

В-третьих, для мигранта действуют свои правила организации труда. Например, для Мохамата это сало ясно в первый перекур, когда шеф дал ему первой предупреждение, как только тот достал сигареты, но при этом разрешил курить другим сотрудникам.

Статья проникнута чувством безысходности. Особенно подчеркивается это с помощью предложений с парцелляцией.

*«Das ist derzeit auf dem Arbeitsmarkt gefragt. Eigentlich. Denn der Geflüchtete kassiert nur eins: Absagen. Das Protokoll einer systematischen Erniedrigung».*

*«Derzeit kämpfen rund 500.000 anerkannte Flüchtlinge um einen Job. Die meisten vergeblich. So wie Mohamad» (Deutsche Welle, 12.02.2018).*

Особую окраску статье также придает описание эмоционального состояния Мохамата, его разочарование сходное с унынием.

*«Für Mohamad fühlte sich das zurückliegende Jahr schrecklich an - denn bewegt hat sich seitdem nicht viel».*

*«Er stockt, und sein trauriger Blick verrät, wie sehr ihm der aktuelle Stillstand an die Nieren geht» (Deutsche Welle, 12.02.2018).*

Все проанализированные выше статьи несут в себе призыв к пониманию и состраданию. Редакторы пытаются изобразить людей, которые многое утратили, потеряли и которым по причине их миграционного прошлого приходится терпеть дискриминацию в различной форме.

## ***Выводы по ГЛАВЕ II***

В результате анализа и интерпретации образа мигранта в немецких средствах массовой информации мы можем сделать следующие выводы:

1. Согласно статистическим данным пиком миграции в Германию является 2016 год, а в 2017 году наблюдается значительный спад в потоке беженцев. Лидирующими странами по исходу беженцев являются на 2016-2017 годы Сирия, Афганистан и Ирак. Подавляющее большинство мигрантов исповедуют ислам. Большинство беженцев является мужчинами до 30 лет. При распределении беженцев в Германии наибольшие квоты приходятся на федеральные земли Северный Рейн-Вестфалия, Бавария и Баден-Вюртемберг. Все статистические данные подтверждают актуальность исследуемой темы. Выбор фактического материала также предопределен этими данными.

2. В результате анализа лексических единиц, актуализирующих образ мигранта, мы можем выделить ряд из десяти слов: *Asylant*, *Asylbewerber*, *Migrant*, *Flüchtling*, *Einwanderer*, *Zuwanderer*, *Immigrant*, *Geflüchtete*, *Asylsuchende*, *Eindringling*. Они являются контекстуальными синонимами, и слова *Flüchtling* и *Migranten* в политическом дискурсе СМИ следует понимать как тождественные.

3. Наиболее распространенной лексической единицей, актуализирующей образ мигранта, является слово *Flüchtling*. Кроме того это слово стало словом 2015 года, что также подтверждает его особую значимость. Наличие в составе слова суффикса *-ling* придает ему негативную коннотацию.

4. Слова, с которыми связаны лексические единицы, актуализирующие образ мигранта, приносят в образ такие характеристики, как национальная принадлежность, легальность пребывания и вероисповедание, что напрямую соотносится с рассмотренными нами статистическими данными.

5. По состоянию на 2015-2016 годы мы можем сделать вывод, что СМИ Германии создают позитивный образ мигранта. Основные положения образа мы можем сформулировать следующим образом:

- 5.1 Мигранты ничем не отличаются от граждан Германии.
- 5.2 Мигранты стремятся интегрироваться.
- 5.3 Мигранты нуждаются в социальной поддержке.
- 5.4 Мигранты не защищены законом.
- 5.5 Судьбы мигрантов не волнуют большую часть общества.
- 5.6 Мигранты находятся под ложным и ненужным подозрением.

6. В результате анализа публикаций на тему миграции в 2018 году мы выделяем три тематических блока: празднование Нового года, кораблекрушения в Средиземном море и выражение недовольства в обществе. В рамках этих тем СМИ призывают к сочувствию беженцам, стараются создать им положительную репутацию, однако не могут игнорировать волнения в обществе, вызванные миграционной обстановкой. При освещении недовольства в обществе СМИ стараются максимально осторожно затрагивать тему роли миграции как причины беспорядков и отметить опасность сложившейся ситуации для беженцев.

7. Ключевой характеристикой образа немецкого общества с точки зрения мигрантов является безразличное отношение и невозможность интеграции. Мигранты осознают это спустя некоторое время после прибытия в Германию: беженцы, прошедшие процесс регистрации и начавшие процесс трудоустройства, осуждают бюрократию и утверждают, что неравенство по национальному признаку существует в обществе.

8. При сравнении состояния проблемы представления беженцев в средствах массовой информации в 2015-2016 и 2018 году можно выделить следующие основные моменты:

8.1 Если в 2015-2016 году в онлайн-изданиях имелись выделенные разделы на тему миграции или беженцев для быстрого доступа, то в 2018 году этих разделов нет ни в одной газете. Публикации на тему миграции

можно увидеть либо в новостной ленте, где находятся все публикуемые статьи, либо через поиск или архив. Это говорит о том, что СМИ больше не рассматривают эту тему как наиболее злободневную.

8.2 Газеты больше не стараются изобразить самих мигрантов, сфера интересов редакций сместилась в сторону отражения настроений в обществе. Причиной этому является нарастание недовольства миграционной политикой в обществе, и статьи, описывающие эти события, также затрагивают тематику расизма.

8.3 В 2018 году, так же, как и ранее, подчеркивается желание беженцев интегрироваться и найти работу.

8.4 Если в 2015-2016 году СМИ утверждали, что мигранты находятся под ложным подозрением, то в 2018 году проблему преступности среди беженцев уже не только не отрицают, но и говорят про превентивные меры против преступности в этой среде.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Процесс миграции имеет огромные масштабы в современном обществе. Он оказывает влияние на все сферы общественной жизни: социальную, экономическую, политическую и культурную.

Процесс миграции, как и любые другие общественные явления, находит отражение в СМИ. Т.к. манипуляция общественным сознанием является главной задачей политического дискурса СМИ, именно журналисты формируют образ мигранта, который затем остается в сознании читателей.

Целью нашего исследования было изучение образа мигранта в немецком медиадискурсе. Для достижения этой цели нами была проведена работа с теоретическими источниками, со статистическими данными о миграции в Германии, с материалами словарей и фактическим материалом – публикациями на тему миграции в немецких периодических изданиях.

Результатом работы с теоретическими источниками по теме политическая коммуникация, политический дискурс СМИ и публицистический образ стало определение места политической лингвистики в системе наук, её основных направлений, характерных черт, рассмотрение ключевых характеристик политического дискурса и выделение в нём политического дискурса СМИ. Нами был рассмотрен образ в лингвистике, изучены его функции, типы и средства его формирования.

Анализ статистических данных о миграции в Германии позволил нам определить место данного явления в немецком обществе, а также его отражение в СМИ, и еще раз подтвердить актуальность нашего исследования.

В результате работы со словарями и фактическим материалом мы выделили ряд слов, актуализирующих образ мигранта, определили их ключевые характеристики, выделили основные черты образа мигранта в немецких СМИ по состоянию на 2015-2016 и 2018 год, рассмотрели ключевые тенденции в его развитии. Если в 2015-2016 году главной задачей немецких СМИ было создание позитивного образа мигранта в сознании



читателей, призыв к сочувствию, то в 2018 году сфера интересов СМИ смещается в сторону отражения настроений в немецком обществе и его отношения к мигрантам. Образ мигранта был дополнен представлениями самих мигрантов о немецком обществе, которые также отражены в СМИ.

Проблема образа мигранта в немецких СМИ требует дальнейшего изучения. Перспективы исследования проблемы мы видим в более детальном рассмотрении взаимосвязи между спецификой отдельных периодических изданий и тем образом, который они формируют, а также изучении не только прессы, но и других средств массовой коммуникации (например, телевидения).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аблажей, Н.Н. Образ трудового мигранта в прессе и массовом сознании россиян / Н.Н. Аблажей// Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2012. – Том 11, выпуск 6. – С. 17-23.
2. Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: Учебное пособие / Н.Ф. Алефиренко — М.: Флинта, 2010. — 288 с.
3. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов: учебное пособие / А.Г. Алтунян - М.: Университетская книга; Логос, 2006. – 384 с.
4. Амиров, В.М. Политическая проблематика в журналистическом дискурсе современных вооруженных конфликтов // Политическая лингвистика – 2012 – №4 – С. 65-70
5. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова – 2-е изд., испр. – М.: «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
6. Баранов, А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие / А.Н. Баранов – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
7. Будаев, Э. В. Современная политическая лингвистика: учебное пособие / Будаев, Э. В., Ворошилова М. Б., Дзюба Е. В., Красильникова Н. А.- Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2011. – 252 с.
8. Веснина, Л.Е. Милитарная метафора, представляющая образ мигранта в отечественных СМИ / Л.Е. Веснина // Лингвокультурология – 2009 - №3. – С.27-34
9. Воловикова, М.Л. Лингвокультурный образ В.В. Путина в интернет-дискурсе британских СМИ / М.Л. Воловикова, С.Б. Чурносова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук – 2015. – № 8-2. – С. 1-4.
10. Галинская, Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т.Н. Галинская // Вестник ОГУ – 2013. – №11(160)/ноябрь – С. 91-94.

11. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б.М. Гаспаров – М.: “Новое литературное обозрение”, 1996. – 352 с.
12. Грушевская Т.М., Самарская Т.Б. Политический газетный дискурс сквозь призму языковых средств представления информации // Сфера услуг: инновации и качество: научно-практический журнал. – 2011.– №2. – С.16.
13. Дегтярев, С.Б. Лингвистические средства создания образа современного российского политика в западных СМИ / С.Б. Дегтярев // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств – 2013. – том 196. – С. 62-67.
14. Золина, Г.Д. Языковые и жанровые особенности политического текста / Г.Д. Золина // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение – 2009. – Выпуск 4. – С. 44-48.
15. Никитина, К.В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием // Управление общественными и экономическими системами : многопредм. науч. журн. / ОрелГТУ, 2006. – С. 1-6
16. Никитина, Л.Б. Языковой образ-концепт: о природе сложного термина / Л.Б. Никитина // Вестник Челябинского государственного университета – 2011. - № 24 (239). – С. 97-99.
17. Пархоменко Я.А. Публицистическая составляющая медийного образа // Вестник электронных и печатных СМИ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.
18. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. - М.: Восток-Запад, АСТ, 2007. - 320 с.
19. Скребцова, Т.Г. Образ мигранта в современных российских СМИ / Т.Г. Скребцова // Политическая лингвистика – 2007. - №3(27). – С. 115-118.

20. Солганик, Г.Я. Язык СМИ на современном этапе / Солганик Г.Я. // Мир русского слова – 2010 - №2 – С. 21-24.
21. Сорокина, О.Н. Роль и значение образов-информационных моделей в СМИ / О.Н. Сорокина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук – 2009. - №2. – С. 201-206.
22. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие / А.П. Чудинов – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.
23. Чудинов, А.П. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / А.П. Чудинов - Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2009. – 292 с.
24. Чудинов, А.Н. Дискурсивные характеристики политической коммуникации / А.Н. Чудинов // Политическая лингвистика – 2012. – №2 (40). – С. 53-59.
25. Шакова, Б.М. Различные подходы к исследованию политического дискурса / Б.М. Шакова // Тамбов: Грамота – 2013. – № 9 (27): в 2-х ч. Ч. I. С. 195-198.
26. Шевцова, Д.А. От публицистического образа к медиаобразу: движение научной мысли // Современные проблемы науки и образования. 2015.– № 2–3.– С. 73.
27. Щербакова, Е.Н. Лексические и грамматические средства формирования образа А. Меркель в современном политическом дискурсе (на примере печатных немецкоязычных СМИ) / Е.Н. Щербакова // Вестник МГЛУ – 2015. – Выпуск 9 (720). – С. 57-66.
28. Ястребов-Пестрицкий, М.С. Наиболее распространённые типы классификации образных средств языка / М.С. Ястребов-Пестрицкий // Вестник Удмуртского университета – 2015. – Том 25, вып. 5 – С. 176-181.
29. Duden [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.duden.de/> (дата обращения: 15.01.2018).
30. Gesellschaft für deutsche Sprache [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gfds.de/> (дата обращения: 25.02.2016)

**СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА**

1. Deutsche Welle – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.dw.com/>
2. Deutschland.de – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.deutschland.de>
3. FOCUS Online – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.focus.de/>
4. SPIEGELONLINE – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.spiegel.de/>
5. STERN.de – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.stern.de/>
6. WELT – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.welt.de/>
7. ZEIT ONLINE – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.zeit.de/>

### Список условных сокращений

1. Deutsche Welle – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.dw.com/> - Deutsche Welle.
2. Deutschland.de – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.deutschland.de> - Deutschland.de
3. Duden [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.duden.de/> (дата обращения: 15.01.2018). – Duden.
4. FOCUS Online – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.focus.de/> - Focus.
5. Gesellschaft für deutsche Sprache [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gfds.de/> (дата обращения: 25.02.2016) - Gesellschaft für deutsche Sprache.
6. SPIEGEL ONLINE – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.spiegel.de/> - Spiegel.
7. STERN.de – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.stern.de/> - Stern.
8. WELT – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.welt.de/> - Welt.
9. ZEIT ONLINE – [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<https://www.zeit.de/> - Zeit.