**Тематическая направленность слов-реалий в заголовках немецких СМИ**

***Корныльева Вероника Алексеевна***

*студент бакалавриата факультета романо-германских языков*

*Государственный университет просвещения*

*e-mail.ru:* *rabbitveronika@mail.ru*

Каждый язык уникален, и в нём отражаются специфические черты определённого народа. Одной из важных составляющих любого языка является безэквивалентная лексика – «слова и выражения, которые специфичны для определенного национального языка и выражают специфические понятия … жизни и культуры данной нации. Их трудно или невозможно перевести на другие языки» [5]. Перевод и понимание таких слов и выражений представляют большую проблему для учёных в области языкознания и являются предметом широких дискуссий. К категории таких слов относятся слова-реалии.

В нашей работе мы вслед за советскими лингвистами-переводоведами Влаховым С.И. и Флориным С.П. рассматриваем понятие реалии как «слова, которое называет элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора и отражает специфические особенности данного народа либо страны, несвойственные другим народам или странам». [3]

В нашем исследовании с целью представить тематическое разграничение слов-реалий в заголовках статей немецких СМИ мы опираемся на классификацию В.С. Виноградова [2], который подразделяет данные лексические единицы по их направленности на:

1. Бытовые реалии
2. Этнографические и мифологические реалии
3. Реалии мира природы
4. Реалии государственно-административного устройства и общественной жизни
5. Ономастические реалии
6. Ассоциативные реалии

В ходе нашего исследования анализу были подвергнуты 320 заголовков публикаций немецких СМИ в сети Интернет. В первую очередь рассматривались наиболее популярные новостные издания, такие как: Der Spiegel, Die Welt, Süddeutsche Zeitung. Обратимся к нескольким примерам.

Рассмотрим один из заголовков популярной статьи издания "Der Spiegel" [7]: *Israels* *Wirtschaftswunder* – und seine riskante Zukunft. – Перевод: Экономическое чудо Израиля - и его рискованное будущее.

В данном примере ономастическая реалия *Israels* используется совместно с экономической *Wirtschaftswunder* (Израильское экономическое чудо). *Wirtschaftswunder –* немецкая реалия, обозначающая период быстрого восстановления экономики ФРГ после Второй мировой войны с 1948 до середины 1960-х годов. Подобное сочетание двух реалий позволяет автору привлечь внимание читателей к быстрому росту и процветанию израильской экономики и ее успехам.

Следующее издание "Die Welt" [9] приводит заголовок: Wie die *Grünen* auf ihren *Showdown* in der *Migrationsdebatte* zusteuern. – Перевод: Как Зелёные продвигаются к своему решающему противостоянию в дебатах о вопросах миграции.

Вышеприведенный заголовок демонстрирует реалии двух направленностей: бытовой, реалия *Showdown* – решающий поединок, заключительный этап какого-либо процесса; и двух политических: *1) Grünen* (партия Зелёных) – относительно популярная политическая партия Германии, чья идеология акцентирует внимание на защите природы; *2) Migrationsdebatte* – дебаты по вопросам миграционной политики, которые наиболее активно проводятся в ряде государств Европы. Их использование объясняется желанием автора привлечь читателей, которым не безразличны политические вопросы.

Приведем пример из третьего издания "Süddeutsche Zeitung" [8]: *Wiesn*-Geschichte: Wie die *Breze* (брецель) aufs *Oktoberfest* kam. – Перевод: Фестивальная история: как крендель попал на Октоберфест.

Заголовок содержит три бытовых немецких реалии: *Wiesn* дословно переводится как «луг», однако мюнхенцы называют так Октоберфест. *Oktoberfest* – следующая реалия, обозначающая крупнейший фольклорный фестиваль Германии. *Breze* относится к сфере кулинарии и обозначает хлебобулочное изделие в виде кренделя. Так, заголовок становится привлекательнее для людей, заинтересованных историей баварских традиций.

Статистический анализ собранного практического материала позволил сделать расчёты о наиболее популярных тематиках слов-реалий в заголовках самых актуальных на конец ноября 2023 года статей (табл. 1):

*Таблица 1*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип слов-реалий | % в заголовках Der Spiegel | % в заголовках Die Welt | % в заголовках Süddeutsche Zeitung |
| ономастические | 48 | 24 | 23 |
| политические | 28 | 28 | 23 |
| экономические | 14 | 19 | 23 |
| бытовые | 5 | 24 | 31 |
| этнографические | 5 | 5 | 0 |

В результате проведенного исследования мы установили, что ономастические реалии являются одними из наиболее употребительных. Такой вывод представляется абсолютно логичным, учитывая, что они конкретизируют место, организацию или личность и служат для привлечения внимания читателя. Также на первых полосах немецких СМИ встречается большое количество политических слов-реалий, что связано с резко возросшим интересом к политике за последние годы. Экономические слова-реалии относятся к достаточно многочисленным группам. Бытовые и этнографические реалии в заголовках встречаются реже. Из этого следует, что большая часть слов-реалий в заголовках – это ономастические, политические и экономические реалии.

Говоря о причине употребления реалий в заголовках, важно отметить, что слова-реалии используются для привлечения внимания читателей к конкретным аспектам политики, государственного устройства, бытовой жизни или экономики. Они позволяют читательской аудитории быстро понять, о чем будет говориться в статье и вызывают желание узнать больше об этом. Слова-реалии делают заголовки информативными и интересными.

Список литературы:

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Н. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. - М., 1983. - с. 251
2. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. - с. 224

Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. - с. 343

Кучешева И.Л. Анализ бытовых реалий, образованных от антропонимов с позиции лингвокультурологии (на материале английского и немецкого языков). // Журнал «Вестник Южно-Уральского государственного университета». Серия: Лингвистика. 2017. - с. 14-16

Петренко Д.А., Чернышова М.В. Способы перевода немецких реалий на русский язык. // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2015. - с. 5-8

Языковые контакты: краткий словарь. — М.: Наука. В.М. Панькин, А.В. Филиппов. 2011. - с.160

Der Spiegel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.spiegel.de/> (дата обращения: 15.11.2023 – 22.11.2023)

Süddeutsche Zeitung. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/> (дата обращения: 15.11.2023 – 22.11.2023)

Die Welt. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.welt.de/> (дата обращения: 15.11.2023 – 22.11.2023)