

https://books.google.com.ua/books?id=1lRFHEI6JQoC&pg=PR11&hl=ru&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

Ключові слова: англомовний юридичний дискурс, науковий функціональний стиль, стилістичні особливості, термін, невербальний, полікодовий характер, логічна єдність.

Ключевые слова: англоязычный юридический дискурс, научный функциональный стиль, стилистические особенности, термин, невербальный, поликодовый характер, логическое единство.

Key words: Legal English discourse, scientific functional style, stylistic peculiarities, term, non-verbal, polycode character, logical cohesion.

FRUMKINA ARYNA

Nationale Universität „Juristische Akademie Odessa“,
Dozentin am Lehrstuhl für Fremdsprachen № 2, PhD

MEDIENSPRACHE ALS VARIETATEN-MIX

Wenn von der deutschen Sprache der Gegenwart, von ihren Formen und Normen, dem Sprachgebrauch und dem Sprachwandel die Rede ist, so darf ein Blick auf die Medien nicht fehlen. In den Medien spiegeln sich Normen, Tendenzen und Entwicklungen ganz besonders. Man kann allerdings auch die landläufige Meinung hören: Wenn irgendwo gegen Normen verstoßen wird und Sprachgebrauch von der schlechteren Sorte zu beobachten ist, dann in den Medien.

Fest steht, dass der Sprachgebrauch mit seinen Formen und Entwicklungen, seinen Arten und Unarten nirgends so gut und vollständig reflektiert wird wie in den Medien [4, 95].

Vielleicht zielt die Kritik auch nur deswegen auf die Medien, weil sie uns nicht mehr wie in früheren Zeiten die Sprache als Bildungssprache wie vorbildliche Literatur vorsetzen, sondern als „Verbrauchersprache“ [1, 103] oder gar als Gebraucht-Sprache Obermitteln mit Benutzerspuren, Flecken und Fransen. Man sagt auch, dass die Medienschaffenden eigentlich nur „Schleusenwärterfunktion“ inmitten der Sprachflut hatten [1, 96].

Zunächst ist zu klären, was denn genau unter Medien verstanden wird. Noch vor nicht allzu länger Zeit hat man nicht von Medien gesprochen, man sagte Zeitung oder Presse und *Radio* bzw. in Deutschland *Rundfunk* und Fernsehen. Der Ausdruck *Medien* ist in den 50er Jahren von der amerikanischen Soziologie geprägt worden. Man bezeichnete damit hauptsächlich Boulevardzeitungen und publikumsnahe Radio- und Fernsehprogramme. Zuerst sprach man von *Massenmedien* (*Mass Media*) und erst danach von Medien überhaupt und meinte damit allgemein die ein größeres Publikum gerichteten Zeitungen, Programme und Radiostationen. Später zählte man auch den Kinofilm zu den Massenmedien, weil dieser sich auch an ein großes disperses Publikum wendet [6, 820; 2].

Medien im engeren Sinne sind *Zeitungen*, *Radio* und *Fernsehen* – Neue Medien. Unter „Neuen Medien“ versteht man alles, was nach Radio und Fernsehen kam.

Die Tageszeitungen, vor allem die Boulevardzeitungen, haben tatsächlich einen hohen Anteil an Verbrauchersprache, die Artikel müssen manchmal in wenigen Stunden geschrieben werden. Interviews, die auf Bund aufgenommen sind, müssen abgehört, abgeschrieben und zu einem Artikel verarbeitet werden. Zeit für mehrere Fassungen bleibt oft nicht. Deshalb sind Wochenzeitungen in der Regel besser geschrieben. Sie haben auch weniger schnell formulierte Nachrichten, mehr Kommentare, Glossen, Leitartikel und Reportagen. Dennoch finden sich gerade in den Wochenmagazinen zahlreiche Einmal-Formulierungen, Eintagwörter [5, 35]. Die so genannten Unarten spiegeln oft nur das wider, was man auch sonst außerhalb der Medien zu Gehör oder zu Gesicht bekommt. Die Medien halten sich sehr nahe an der Mündlichkeit. Es werden viele wörtliche Zitate gebracht, echte oder gestellte. In Reportagen dienen mündliche Aussagen dazu, dem Gesagten mehr Glaubwürdigkeit zu verleihen.

Wie die Sprache des *Blicks* trotz der Bebilderung der Nachrichten doch von einem großen Stilwillen geprägt ist, wenn auch nicht nach dem Geschmack eines jeden, so verlernt man zumindest nicht die Regeln der deutschen Sprache, wenn man den *Blick* oder andere Zeitungen liest oder eben überhaupt liest. Ähnliches gilt für das angebliche Geschwätz in den *Fernsehinfotainments*. Untersucht man solches Durcheinander einmal anhand von Mitschnitten und Transkriptionen, so stellt sich heraus, dass auch hier ein hoher Stilwille vorhanden ist. Das mediale Durcheinander ist wohlgestylt. Die Wirklichkeit einer „realen“ Party ist viel chaotischer als in der Talkshow am Bildschirm. Ein Harald Schmidt verwendet den ganzen Tag, um die „spontanen“ Pointen für seine tägliche Ein-Mann-Talkshow am späten Abend vorzubereiten [2, 162].

Die Medien eignen sich vorzüglich, um die Sprache und ihre Entwicklung in der Gegenwart und der jüngeren Vergangenheit zu beschreiben. Sie spiegeln in unterschiedlicher Weise die (Sprach-)Wirklichkeit wider [4, 101]. Erst über die Medienanalyse wird klar, dass man sich wieder in einem mündlichen Zeitalter befindet, dass viel mehr Menschen als sonst sich öffentlich artikulieren, dass damit alle Nuancen und Varianten unserer Sprache vom feinen klassischen Bühnendeutsch bis zum plattesten Jargon und Dialekt in den Medien vorkommen. Als Varietäten-Mix wurde die Medien-Sprache bezeichnet [7, 309]. Dass die Medien ihrerseits nicht nur Spiegel, sondern Quellen und Verstärker neuer Sprachformen sind, ist unbestritten. Wie dies aber geschieht, das wüssten nicht nur die Sprachpfleger und Sprachkritiker gerne.

Alle Sprachprobleme der Gegenwart lassen sich an und in den Medien studieren: Frauensprache, Jugendsprache, Gesprächsverhalten überhaupt, Streiten, Schlichten, Nachrichten verständlich machen, Blickverhalten, Sprache und Musik, Sportreportagen, Inszenierungen klassischer Bühnenstücke, Mündlichkeit in den Zeitungen, Wort-Bild-Schere im Fernsehen, Briefkul-

tur und Telefonkommunikation, Internet-Surfen als Flucht aus dem Alltag und vieles andere mehr.

Literaturverzeichnis:

1. Fluck, Hans-R.: Zur Entwicklung von Rundfunk und Rundfunksprache in der Bundesrepublik Deutschland nach 1945. In: Biere/Henne 1993, S. 87-107.
2. Frumkina A. L. Vokaleinsatzrealisationen in der Mediensprache aus phonostilistischer Sicht / А. Л. Фрумкина // Культура народов Причерноморья. – Симферополь : Межвузовский центр «Крым», 2011. – Вып. 192, т. 2. – С. 111–115.
3. Hadorn, Werner/Cortesi, Mario: Mensch und Medien. Die Geschichte des Massenkommunikation, Aarau, Stuttgart 2 Bde. 1985/1986.
4. Löffler Heinrich: Sprache und Kommunikation in digitalen *Medien*. Berlin: Schmidt. 1994, 321 S.
5. Lüger, Heinz-Helmut: Pressesprache. Tübingen 2. Aufl. 1993.
6. Straßner, Erich: Ideologie – Sprache–Politik: Grundfragen ihres Zusammenhangs, Tübingen : Niemeyer, 1987, 224 s.
7. Nowottnick, Marlies: Jugend, Sprache und Medien. Untersuchungen von Rundfunksendungen für Jugendliche. Berlin 1989.

Ключові слова: медіа, радіо, телебачення, Fernsehinfotainment, сучасність, нові медіа.

Ключевые слова: медиа, радио, телевидение, Fernsehinfotainment, современность, новые медиа.

Key words: media, radio, television, Fernsehinfotainment, present time, new media.

Schlüsselwörter: Medien, Rundfunk, Radio, Fernsehen, Fernsehinfotainment, Gegenwart, neue Medien.

КАЦІ ОЛЕНА РОСТИСЛАВІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
старший викладач кафедри іноземних мов № 2

ОСОБЛИВОСТІ ФАХОВОЇ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ АВСТРИЙСЬКОГО ВАРІАНТУ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Кожна зміна у суспільстві, будь то технічний прогрес чи політичні події, знаходить відображення у мові і, насамперед, у лексиці. Зміни лексичного складу будь-якої мови відбуваються найшвидше і є найбільш репрезентативними, саме тому часто стають об'єктом лінгвістичних досліджень. Лексичний склад сучасної німецької мови проти свою різноманітність є добре вивченим та кодифікованим у численних словниках та довідниках. Проте, німецька мова як мова плюрицентрична, з декількома національними центрами, демонструє істотні граматичні, фонологічні, прагматичні та, насамперед, лексичні відмінності між своїми стандартними варіантами. За визначенням Рудольфа Мура [5, с 38] поліцентрична мова має декілька національних центрів, в