

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра немецкого и французского языков  
и методики их преподавания

**ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКИХ МАССМЕДИЙНЫХ  
ТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ ГОРОСКОПОВ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы  
направления 44.03.01 – Педагогическое образование  
факультета ГДРиИЯ  
Кожевниковой Екатерины Владимировны

Научный руководитель  
доцент кафедры немецкого и  
французского языков и  
методики их преподавания  
к. фил. н.

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Е. В. Полянина

Зав. кафедрой  
немецкого и французского языков  
и методики их преподавания  
к. фил. н., доцент

\_\_\_\_\_

дата, подпись

С. А. Саковец

Саратов 2026

**Введение.** *Актуальность* настоящего исследования связана с тем, что развлекательные жанры массмедиа, при всей их широкой распространённости, значительно реже становятся предметом лингвистического изучения, чем информационные или аналитические тексты. Гороскоп при этом представляет особый случай: он стабильно публикуется во всех крупных немецкоязычных изданиях, обращается к многомиллионной аудитории и реализует сложные коммуникативные стратегии воздействия – однако его языковая организация в сопоставительной перспективе до сих пор не становилась объектом специального корпусного исследования. Дополнительную значимость работе придаёт лингводидактическое измерение: жанровая предсказуемость и лексическая доступность гороскопных текстов открывают возможности для их применения в обучении немецкому языку как иностранному, что также остаётся практически неизученным.

*Объект исследования:* современные немецкие массмедийные тексты.

*Предмет исследования:* лингвостилистические и прагматические характеристики текстов современных немецких гороскопов как самостоятельной разновидности массмедийного текста.

*Цель исследования:* комплексно описать немецкий гороскоп как жанр массмедийного текста: выявить закономерности его построения, языкового оформления и прагматической организации на материале сопоставительного корпусного анализа пяти изданий разных типов.

*Гипотеза исследования:* тексты гороскопов в немецкоязычных изданиях, принципиально различающихся по формату и читательской аудитории, обладают единым жанровым ядром, включающим воспроизводимые структурные, лексико-морфологические и прагматические черты, тогда как такие параметры, как объём текста, стилистический регистр и степень директивности, подчиняются логике конкретного издания и его целевой группы.

*Задачи исследования:*

- 1) рассмотреть понятие массмедиа и охарактеризовать их функции в современном обществе;
- 2) описать специфику массмедийного текста как особого лингвистического объекта;
- 3) представить жанровую систему современных немецких СМИ и установить положение гороскопа в этой системе;
- 4) охарактеризовать источники фактического материала и принципы формирования корпуса;
- 5) проанализировать структурные и синтаксические особенности текстов корпуса;
- 6) описать лексические, морфологические и образные характеристики немецких гороскопов;
- 7) выявить коммуникативные стратегии и прагматические механизмы воздействия на читателя;
- 8) оценить педагогический потенциал гороскопных текстов применительно к практике обучения немецкому языку как иностранному.

*Методы исследования.* Работа с корпусом опирается на сочетание качественных и количественных подходов. Лингвостилистический анализ применялся для характеристики языковых средств в их связи с жанровыми функциями текста; структурно-семантический – для описания композиционных закономерностей и выделения тематических групп лексики; прагматический – для изучения механизмов воздействия на адресата, в том числе псевдоперсонализации, хеджирования и позитивного фрейминга. Количественный метод позволил рассчитать относительную частотность языковых единиц и обеспечил сопоставимость данных между изданиями разного объёма.

*Методологическая и теоретическая база исследования* составляют работы по медиалингвистике и теории медиакоммуникации (Н. Burger, N. Fairclough, T. van Dijk, A. Nepp), по прагматике и стилистике текста (U. Fix, S. Habscheid), по корпусной лингвистике и методам контент-анализа (Т. McEnery, A. Hardie, P. Mayring), по грамматике немецкого языка, прежде

всего в части системы модальных глаголов (G. Diewald), а также исследования по истории и социокультурному контексту астрологии (T. Barton, N. Campion).

*Научная новизна исследования* состоит в том, что впервые предпринят сопоставительный корпусный анализ гороскопных текстов пяти изданий, существенно различающихся по типологической принадлежности, читательской аудитории и временному горизонту прогноза. Такой подход даёт возможность разграничить жанровые черты, воспроизводимые независимо от редакционного формата, и признаки, складывающиеся под влиянием конкретного типа издания.

*Теоретическая значимость исследования* заключается в уточнении жанровых характеристик гороскопа как устойчивой разновидности немецкого массмедийного текста: выявлены три метафорические модели и шесть прагматических стратегий, количественно подтверждены принципы позитивного фрейминга и псевдоперсонализации как жанровых констант.

*Практическая значимость.* Материалы и результаты исследования могут применяться в учебных курсах по медиалингвистике и стилистике немецкого языка, при разработке дидактических материалов для работы с немецкоязычными медиатекстами, а также в практике преподавания немецкого языка как иностранного начиная с уровня B1.

*Структура исследования:* выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

*В первой главе* рассматриваются теоретические основы изучения массмедийных текстов: понятие и функции массмедиа, специфика массмедийного текста как лингвистического объекта, жанровая система немецких СМИ и место гороскопа в ней, история эволюции жанра и его лингвистические особенности.

*Во второй главе* представлен эмпирический анализ корпуса из 120 текстов: описаны источники и методика, структурные, лексико-морфологические, темпоральные и прагматические характеристики

гороскопов пяти изданий, а также педагогический потенциал жанра.

*В заключении* подводятся итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшей разработки темы.

**Основное содержание.** В первой главе «Теоретические основы изучения массмедийных текстов» рассмотрено понятие массмедиа как особой коммуникативной среды, в которой язык выступает системообразующим элементом. Установлено, что в современном обществе массмедиа реализуют четыре ключевые функции: информационную, интерпретационную, регулятивную и развлекательную. Развлекательная функция создаёт условия для формирования жанров с выраженной персонализированной направленностью, к числу которых относится гороскоп.

Массмедийный текст охарактеризован как лингвистический объект, совмещающий структурные, стилистические и прагматические компоненты. Его ключевыми признаками являются адресованность массовому адресату, стандартизированность структуры и ориентация на быстрое восприятие информации. Стилистически массмедийные тексты отличаются взаимодействием нейтральных, разговорных и оценочно-экспрессивных элементов, особенно отчётливым в развлекательных жанрах.

В жанровой системе немецких массмедиа наряду с информационными (Nachricht, Bericht, Reportage), аналитическими (Kommentar, Leitartikel) и публицистическими жанрами (Feuilleton) значительное место занимают развлекательные формы, претерпевшие активное развитие в условиях цифровизации. Среди них гороскоп выделяется особой жанровой стабильностью и сочетанием развлекательной и ориентирующей функций. Исторический анализ показал, что гороскоп прошёл длительный путь трансформации: от сакрально-астрологических текстов Древнего Вавилона через персонализированные гороскопы античности и дворцовые прогнозы Средневековья – к массовому развлекательному жанру периодической печати XIX-XX вв. и далее к цифровым форматам. Данная эволюция сопровождалась упрощением содержания, стандартизацией структуры и

переориентацией на аудиторию без специальной астрологической подготовки.

Теоретическое описание лингвистических особенностей гороскопа позволило выделить ключевые жанровые характеристики: блочную композицию по знакам зодиака, оценочно-экспрессивную лексику с преобладанием позитивных коннотаций, синтаксическую простоту с активным использованием модальных и императивных конструкций, а также стратегию псевдоперсонализации как центральный прагматический механизм.

Во второй главе «Лингвостилистический анализ текстов современных немецких гороскопов» представлен эмпирический анализ корпуса из 120 текстов, опубликованных в 2025 году в пяти изданиях: BILD (24 текста, средний объём 45 слов), Brigitte (24 текста, 130 слов), Bunte (24 текста, 95 слов), Stern (24 текста, 90 слов) и Cosmopolitan Deutschland (24 текста, 175 слов). Критерии отбора изданий – наличие постоянной рубрики гороскопов, принадлежность к разным типам СМИ и открытый доступ к архиву – обеспечили типологическое разнообразие источников и сопоставимость выборки.

Структурный анализ выявил устойчивую трёхчастную композиционную модель во всех 120 текстах: вводный компонент (характеристика астрологического фона) – прогностический компонент (нередко дифференцированный по сферам: Liebe, Beruf, Gesundheit) – завершающий компонент (рекомендация или ободряющий вывод). Степень развёрнутости модели определяется форматом издания. Синтаксически для всех изданий характерно доминирование простых предложений (в среднем 52%); в BILD их доля максимальна – 62%, в Cosmopolitan Deutschland снижается до 44% за счёт более высокой доли сложноподчинённых конструкций (24%). Условные придаточные с wenn устойчиво реализуют стратегию хеджирования: Wenn Sie offen bleiben, könnten sich neue Wege ergeben. Императивные конструкции обнаружены в 74% текстов корпуса, их

частотность закономерно возрастает в изданиях с молодёжной аудиторией – от 46% в BILD до 96% в Cosmopolitan Deutschland.

Лексический анализ выявил пять семантических групп: лексика успеха и позитивных изменений (5,4 на 100 слов), лексика возможности и перспективы (4,2), лексика предупреждения (1,5), астрологическая терминология (3,8), эмоционально-оценочная лексика отношений (4,1). Соотношение позитивной лексики и лексики предупреждения составляет в среднем 3,6:1, количественно подтверждая принцип позитивного фрейминга как жанровой нормы. Наиболее частотными лексемами корпуса оказались Energie (94% текстов), Chance (89%) и Harmonie (76%). Морфологический анализ показал доминирование Präsens (64% предложений): данная форма выполняет двойную функцию – описывает текущий астрологический фон и одновременно формулирует прогноз как уже происходящую реальность, стирая временную границу между настоящим и ближайшим будущим. Среди модальных глаголов наиболее частотны können (34%) и sollen в форме Konjunktiv II – sollten (32%).

На образном уровне в корпусе выявлены три метафорические модели. Пространственная метафора (79% текстов) описывает жизненный путь через образы движения и открытия: neue Türen öffnen sich, ein neuer Weg liegt vor Ihnen. Световая метафора (61% текстов) апеллирует к архетипическому противопоставлению света и тьмы: Licht am Ende des Tunnels, Ihr Stern strahlt hell. Метафора природных сил (88% текстов) наделяет планеты активной агентивностью: Venus schenkt Leichtigkeit in der Liebe; Saturn erinnert an Verpflichtungen – и выполняет одновременно образную и легитимизирующую функции.

Прагматический анализ позволил описать шесть коммуникативных стратегий, устойчиво воспроизводимых во всех изданиях. Стратегия псевдоперсонализации – центральная: плотность местоимений и посессивов 2-го лица составляет в среднем 10,5 на 100 слов; образ адресата конструируется через три модели приписывания (позитивных качеств, актуальных потребностей, готовности к действию). Стратегия хеджирования

снижает коммуникативный риск прогноза: не менее одного маркера зафиксировано в 98% текстов. Стратегия позитивного фрейминга обеспечивается соотношением лексики 3,6:1 и структурной моделью «трудность → позитивный вывод» (84% текстов с предупреждением). Стратегия ориентирования охватывает три сферы: межличностные отношения (91%), профессиональная жизнь (78%), самозабота (69%). Стратегия апелляции к авторитету создаёт псевдокаузальность через астрологическую терминологию и персонификацию планет. Стратегия установления контакта варьируется по интенсивности: от неформального тона и обращения на *du* в *Cosmopolitan Deutschland* до нейтрального регистра *BILD* и *Stern*.

Анализ педагогического потенциала показал содержательную пересечённость лексики корпуса с программным материалом действующих УМК. Лексемы *geheimnisvoll*, *neugierig*, *stolz*, *offen/Offenheit* встречаются как в текстах *BILD* и *Brigitte*, так и в словаре *Lektion 5* УМК «*Wunderkinder*» для 8 класса. Анализ методических разработок на платформе Инфоурок подтвердил, что тексты о знаках зодиака уже применяются в реальной практике как материал для развития навыков чтения (*Leseverstehen*) и отработки лексико-грамматических моделей на уровне *B1* и выше.

**Заключение.** Заключение. Проведённое исследование позволило дать комплексное лингвостилистическое и прагматическое описание текстов современных немецких гороскопов как самостоятельного жанра массмедийного текста.

Теоретическая часть работы показала, что гороскоп прошёл многовековой путь от сакрального астрологического знания, доступного избранным, до устойчивого развлекательного жанра с ориентирующей функцией. Его коммуникативная природа определяется принципиальным противоречием: текст, обращённый одновременно ко всем представителям знака зодиака, создаёт у каждого читателя ощущение индивидуального прогноза. Именно это противоречие между массовостью и иллюзией персонального обращения составляет жанровую основу гороскопа.

Корпусный анализ 120 текстов подтвердил гипотезу об устойчивом жанровом ядре: трёхчастная композиционная модель воспроизведена во всех текстах без исключения, Präsens составляет 64% предложений, позитивно окрашенная лексика превышает лексику предупреждения в 3,6 раза, маркеры хеджирования присутствуют в 98% текстов. Вариативность на периферии жанра – объём, регистр, форма адресации, степень директивности – закономерно определяется двумя факторами: форматом прогноза и характером целевой аудитории издания.

На прагматическом уровне описаны шесть коммуникативных стратегий, образующих единую систему воздействия на читателя. Её центром служит псевдоперсонализация, механизм которой опирается на семантическую неопределённость формулировок, высокую плотность местоимений второго лица и три модели приписывания адресату качеств, потребностей и намерений. В результате читатель выступает не пассивным получателем прогноза, а активным соавтором его смысла.

Отдельным результатом исследования стало описание педагогического потенциала жанра. Тексты немецких гороскопов органично вписываются в программный материал школьного курса немецкого языка: оценочная лексика личностных характеристик, модальные конструкции с *sollten* и *könnten*, условные придаточные с *wenn* совпадают со словарём и грамматическими темами действующих УМК. Предсказуемая структура и тематическая прозрачность делают эти тексты доступными для работы начиная с уровня B1, а анализ учительских разработок на платформе Инфоурок подтвердил, что практикующие педагоги уже обращаются к подобному материалу в реальном учебном процессе.

Перспективными направлениями дальнейшего изучения представляются сопоставительный анализ гороскопных текстов в немецко- и русскоязычных СМИ, диахроническое исследование трансформации жанра в условиях цифровизации, а также разработка конкретных учебных заданий на материале гороскопов с методическим обоснованием их применения на разных этапах обучения.