

УДК 811.112.2'37(045)

АСТАХОВА Татьяна Николаевна, аспирант кафедры немецкой и французской филологии института филологии и межкультурной коммуникации Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова. Автор трех научных публикаций

ПРОЯВЛЕНИЕ КАТЕГОРИЙ «ЭВИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ» И «АВТОРИТЕТНОСТЬ» В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКИХ СМИ

Эвиденциальность и авторитетность являются коммуникативными категориями, играющими важную роль в организации процесса общения. В статье производится анализ средств выражения одного из типов эвиденциальных значений – пересказывательности – в немецких СМИ. В результате проведенного анализа доказываем, что средства пересказывательности в той или иной степени совпадают со средствами выражения категории авторитетности. На основе полученных данных осуществляется классификация источников информации, наиболее активно используемых в медиатекстах, объединенных такими темами, как «политика» и «экономика». Языковые средства, одновременно выражающие пересказывательность и авторитетность, повышают уровень достоверности сообщения. Вместе с тем пересказывательность может сопровождаться и «маркерами недоверия», являющимися показателем нестабильности авторитета того или иного источника информации. Таким образом СМИ могут ослаблять или укреплять авторитет политиков, организаций, известных личностей.

Ключевые слова: эвиденциальность, пересказывательность, немецкие СМИ, авторитетность.

В современном языкознании особое внимание уделяется коммуникативным категориям, способствующим организации процесса общения и оказывающим прагматическое влияние на его участников. К таким категориям обычно относят оценочность, модальность, эмотивность, эвиденциальность, приблизительность, персуазивность, отрицание, авторитетность [3, 4].

Предметом нашего исследования является категория эвиденциальности, поскольку ее функционирование в немецком языке еще не-

достаточно изучено. В целом семантика эвиденциальных показателей определяется как ссылка на источник информации [6, с. 101]. Категория эвиденциальности в некоторых языках мира (в тюркских, финно-угорских, кавказских, в языках американских индейцев и др.) является грамматической. В немецком языке ее следует рассматривать как функционально-семантическую категорию, к которой относятся единицы различных языковых уровней [1, с. 63].

Н.А. Козинцева выделяет три типа эвиденциальных значений: 1) прямая эвиденциальность (сообщение говорящего основано на информации, полученной им самим посредством органов чувств), 2) инференциальность (сообщение основано на логическом выводе), 3) пересказывательность (сообщение основано на информации, полученной от других лиц) [5].

В случае выражения пересказывательности сообщение говорящего часто основывается на информации, полученной от известных личностей или из значимых источников, что свидетельствует о пересечении категории эвиденциальности с категорией авторитетности.

Авторитетность – это «одна из прагматических категорий, проявляющая себя в использовании пословиц, крылатых выражений, цитат, ссылок на мнение известных личностей и/или результаты тестов, апеллирующих к общепризнанным истинам и авторитетам» [2]. Среди средств выражения авторитетности выделяют *маркеры авторитетности источника*, прямо или косвенно указывающие на авторитетного автора, и *маркеры авторитетности сообщения*, ссылающиеся на авторитетные тексты [3, с. 16]. Маркеры авторитетности играют важную роль в медиадискурсе, повышая уровень достоверности сообщаемой информации.

В нашей статье мы проведем анализ средств выражения пересказывательности, используемых в немецких СМИ, при этом особое внимание уделим вопросу о том, являются ли они также маркерами авторитетности. Поиск данных совпадений позволяет определить, какие личности, печатные или электронные издания и другие источники вызывают доверие (или недоверие) читателя.

В ходе исследования нами были отобраны 229 примеров из журнала *Der Spiegel* (6/2012) и газеты *Die Zeit* (6.12.2012), а также электронных версий данных изданий (www.spiegel.de, www.zeit.de). Рассматривались статьи из разделов «Политика» и «Экономика». Выявленные маркеры эвиденциальности, используемые и как средство выражения категории авторитетности, были систематизированы в зависимости от того, каким образом (прямо или косвенно)

произведено указание на авторитетность источника информации.

К маркерам, непосредственно указывающим на авторитетного автора, следует прежде всего отнести:

а) ссылки на политических деятелей – 16 % случаев: *Kerstin Müller, Angela Merkel, François Holland, Thomas de Maizière*;

б) ссылки на экспертов, специалистов в определенной отрасли – 8 %: *der Inspekteur der Luftwaffe, Karl Müllner; Ralf Solveen, Volkswirt bei der Commerzbank; Joachim Englisch, Steuerprofessor an der Universität Münster* (большая часть таких ссылок сопровождается указанием должностей);

в) ссылки на общественных деятелей, выдающихся личностей – 4 %: *Angelika Timm von der Rosa-Luxemburg-Stiftung; Serkan Öngel von der linksorientierten Gewerkschaft DISK* (эти ссылки также часто содержат информацию о занимаемой должности или о роде деятельности).

Показателями авторитетности, косвенно указывающими на автора и выступающими также как средства выражения категории эвиденциальности, являются:

а) ссылки на экспертов, специалистов в определенной отрасли без указания имен – 10 %: *Diplomaten, Insider, die westlichen Waffentechniker*;

б) ссылки на политических деятелей, представителей партий без указания имен – 7 %: *Grüne, Redner, die Linke, deutsche Landespolitiker*;

в) ссылки на государственные службы, политические штабы, финансовые и международные организации – 7 %: *Kanzleramt, Wulffs-Stab, der ägyptische Militär, der Senat, das Pentagon, der Commerzbank*;

г) ссылки на газеты, журналы, новостные агентства – 7 %: *das Handelsblatt, Der Spiegel, die Nachrichtenagentur Reuters*.

К маркерам авторитетности сообщения, используемым при передаче чужой речи, относятся ссылки на законы, законопроекты, государственные документы – 3 %: *der Gesetzentwurf, der Haushaltsplan, das Grundgesetz*.

Приведем пример использования маркеров, непосредственно указывающих на авторитетность автора и выражающих значение пересказываемости: *Niemals und auf keinen Fall, beteuern de Maizière und seine Mitarbeiter, wolle man Drohen so nutzen, wie die amerikanische CIA es tut* [8, s. 3]. Пересказываемость в данном примере также выражается с помощью конъюнктива косвенной речи.

Вместе с тем ссылка на источник информации в текстах СМИ не всегда коррелирует с категорией авторитетности. Перечислим маркеры эвиденциальности, не содержащие указания на авторитетность. Таковыми являются:

а) ссылка на источник информации обобщенного характера – 3 %: *alle Beteiligten, alle, wir*;

б) ссылка на представителей стран, территориальных единиц без указания имен и названий последних – 1 %: *Gastländer, Niedersachsen*;

в) ссылка на некоторые социальные группы – 1 %: *Demonstranten, Rebellen*;

г) ссылка на книги (печатную продукцию) неизвестных авторов – 0,4 %: *das Buch eines ultranationalistischen Geschichtsdozenten*.

Отсутствие указания на авторитетность имеет место также в том случае, когда ссылка на источник информации при передаче чужой речи носит имплицитный характер (8 %). Средствами выражения пересказываемости как одной из разновидностей категории эвиденциальности при этом являются:

а) глагол *sollen*: *In Syrien sollen etwa 1.000 Tonnen chemische Kampfstoffe lagern, darunter Sarin, Senfgas und VX* [10];

б) модальное слово *angeblich*: *Dabei haben sie angeblich von der Armee erbeutete Luftwaffenabwehrraketen russischer Bauart eingesetzt* [8, s. 15];

в) субъектно-предикатные конструкции с неопределенно-личным местоимением *man*: *Inzwischen weiß man, dass er ein Stasispitzel war* [8, s. 8];

г) предложения безличного характера, содержащие маркер говорения (дополнительный маркер пересказываемости – конъюнктив косвенной речи): *Damit sich nach der*

milliardenschweren Einigung vom Mittwoch keiner zu viel Hoffungen macht, gab es in der Runde zudem die Ansage, dass die Union ansonsten auf Wahlgeschenke verzichten wolle [9].

Ссылка на источник информации может содержать ряд дополнительных значений, сигнализирующих о недоверии к автору высказывания, в результате чего известный источник утрачивает свою авторитетность. К средствам выражения недоверия автору высказывания можно, на наш взгляд, отнести:

а) глагол *wollen*: *Amerikanische Geheimdienste wollen erfahren haben, dass die syrische Armee Chemiewaffen für einen möglichen Einsatz vorbereitet* [8, s. 15];

б) модальную частицу *zwar*: *Zwar hat die Euro-Gruppe versichert, die Enteignung auf Zypern werde ein einmaliger Vorgang bleiben* [9];

в) модальное слово *jedenfalls*: *Das Problem ist nur, selbst nach dem Abzug könnte von diesem Land eine Gefahr für den Westen ausgehen – das jedenfalls behaupten die westlichen Regierungen* [8, s. 2];

г) придаточные уступительные предложения типа: *...und Merkel selbst hat ja immer viel Wert auf Neutralität gelegt, auch wenn sie jetzt sagt, sie trete in Frankreich nur als CDU-Vorsitzende auf* [7, s. 24];

д) модальное слово *angeblich* (см. пример выше).

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что категории эвиденциальности и авторитетности тесно взаимосвязаны. В частности, во многих случаях имеет место совпадение средств выражения пересказываемости (как одного из типов эвиденциальности) и авторитетности, что повышает уровень достоверности сообщения. Если же в статье приводится ссылка на известный источник, сопровождаемая средствами выражения недоверия к нему, значит, авторитет в обществе данного источника не является стабильным на данный момент. Таким образом СМИ могут влиять на авторитет политиков, организаций, известных личностей.

Список литературы

1. Боднарук Е.В. Соотношение футурального, эпистемического и эвиденциального содержания в семантике конструкции WERDEN + инфинитив I в немецком языке // Вестн. Пятигор. гос. лингвист. ун-та. 2012. № 2. С. 61–66.
2. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: моногр. Тамбов, 2007. 288 с. URL: http://window.edu.ru/resource/733/56733/files/k_Grigoreva.pdf (дата обращения: 2.05.2013).
3. Кашкин В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2007. № 5. С. 12–18.
4. Кобрин О.А. Модусные категории как способы выражения субъективного отношения человека к высказыванию // Вопр. когнитив. лингвистики. 2006. № 2(008). С. 90–100.
5. Козинцева Н.А. Типология категории засвидетельствованности // Эвиденциальность в языках Европы и Азии: сб. ст. памяти Н.А. Козинцевой. СПб., 2007. С. 13–36.
6. Якобсон Р.О. Шифтеры, глагольные категории и русский глагол // Принципы типологического анализа языков различного строя. М., 1972. С. 95–113.
7. Der Spiegel. 2012. № 6.
8. Die Zeit. 2012. 6 dez.
9. Spiegel Online. URL: www.spiegel.de (дата обращения: 20.03.2013).
10. Zeit Online. URL: www.zeit.de (дата обращения: 21.03.2013).

References

1. Bodnaruk E.V. Sootnoshenie futural'nogo, epistemicheskogo i evidentsial'nogo sodержaniya v semantike konstruktсии WERDEN+infinitiv I v nemetskom yazyke [The Correlation of Future, Epistemic and Evidential Meanings in the Semantics of Constructions WERDEN+Infinitive I in the German Language]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2012, no. 2, pp. 61–66.
2. Grigoreva V.S. *Diskurs kak element kommunikativnogo protsessa: pragmalingvisticheskiy i kognitivnyy aspekt* [Discourse as an Element of Communication Process: Pragmalinguistic and Cognitive Aspects]. Tambov, 2007. 288 p. Available at: http://window.edu.ru/resource/733/56733/files/k_Grigoreva.pdf (accessed 2 May 2013).
3. Kashkin V.B. Avtoritetnost' kak kommunikativnaya kategoriya [Authority as a Communication Category]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2007, no. 5, pp. 12–18.
4. Kobrina O.A. Modusnye kategorii kak sposoby vyrazheniya sub'ektivnogo otnosheniya cheloveka k vyskazyvaniyu [Categories of Modus as Ways of Reflecting Subjective Attitude Towards the Utterance]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*, 2006, no. 2 (008), pp. 90–100.
5. Kozintseva N.A. Tipologiya kategorii zasvidetel'stvovannosti [Typology of the Category of Evidentiality]. *Evidentsial'nost' v yazykakh Evropy i Azii: sb. st. pamyati N.A. Kozintsevoy* [Evidentiality in European and Asian Languages: Collected Papers in Memory of N.A. Kozintseva]. St. Petersburg, 2007, pp. 13–36.
6. Jakobson R.O. Shiftery, glagolnye kategorii i russkiy glagol [Shifters, Verbal Categories and the Russian Verb]. *Printsipy tipologicheskogo analiza yazykov razlichnogo stroya* [Principles of Typological Analysis of Different Language Structures]. Moscow, 1972, pp. 95–113.
7. *Der Spiegel*. 2012, no. 6.
8. *Die Zeit*. 6.12.2012.
9. *Spiegel Online*. Available at: www.spiegel.de (accessed 20 March 2013).
10. *Zeit Online*. Available at: www.zeit.de (accessed 21 March 2013).

Astakhova Tatyana Nikolaevna

Postgraduate Student, Institute of Philology and Cross-Cultural Communication,
Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov (Arkhangelsk, Russia)

**MANIFESTATIONS OF EVIDENTIALITY AND AUTHORITY
IN GERMAN MASS MEDIA TEXTS**

Evidentiality and authority are communicative categories playing an important role in the organization of communication process. The article analyzes one of the types of evidential meanings – reportive – used in German mass media. The results of the investigation prove that the markers of reportive evidential meaning correspond with the markers of authority. The data obtained allow us to classify information sources mainly used in media texts dealing with politics and economics. Linguistic means simultaneously expressing evidentiality and authority raise the reliability of the information. However, we sometimes observe “distrust markers” in the nearest context; in this case we can conclude that the authority of the information source is unstable. In such a way mass media can either weaken or strengthen the authority of politicians, organizations and well-known persons.

Keywords: *evidentiality, reportive meaning, German mass media, authority.*

Контактная информация:

адрес: 163002, г. Архангельск, Наб. Северной Двины, д. 17;
e-mail: astahovatn@gmail.com

Рецензент – *Щипицина Л.Ю.*, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры немецкой и французской филологии института филологии и межкультурной коммуникации Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова