

УДК [81'36+81'37+81'42]=112.2=111

DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.3.93

*АСТАХОВА Татьяна Николаевна, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры английского языка высшей школы социально-гуманитарных наук и международной коммуникации Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова. Автор 16 научных публикаций\**

*ЛЕБЕДЕВА Елена Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. Автор 21 научной публикации\*\*\**

*БОДНАРУК Елена Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой немецкой и французской филологии высшей школы социально-гуманитарных наук и международной коммуникации Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова. Автор 62 научных публикаций\*\**

## **ВВОДНЫЕ ЭВИДЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ В НЕМЕЦКО-И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ**

Ссылки на источники информации являются неотъемлемыми составляющими аналитических медиатекстов. В связи с этим особую значимость для медиатекстов приобретают маркеры категории эвиденциальности. В данной статье анализу подвергаются вводные показатели (вводные предложения, вводные словосочетания, вводно-модальные слова), служащие одним из распространенных лексико-синтаксических средств выражения пересказывательной эвиденциальности. Рассматриваются два типа значения пересказывательности: цитатив и слухи. Показано, что вводные предложения являются одним из наиболее распространенных маркеров пересказывательности для выражения эвиденциального значения «цитатив» как в немецко-, так и англоязычных аналитических медиатекстах. Согласно данным исследования, в немецких медиатекстах используются разные модели вводных предложений с инвертированным порядком слов, а также вводные словосочетания, состоящие из предлогов «nach», «laut», «zufolge», «aus» и существительного, обозначающего тип и источник информации. В английских медиатекстах значение «цитатив» чаще всего реализуется посредством вводных предложений. Такие вводные предложения преимущественно имеют прямой порядок слов, предложения с инвертированным порядком слов не столь многочисленны, как

---

\*Адрес: 163002, г. Архангельск, ул. Смольный Буян, д. 1; e-mail: t.astahova@narfu.ru

\*\*Адрес: 163002, г. Архангельск, ул. Смольный Буян, д. 7; e-mail: e.bodnaruk@narfu.ru

\*\*\*Адрес: 173015, г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 3; e-mail: elena.lebedeva@novsu.ru

Для цитирования: Астахова Т.Н., Боднарук Е.В., Лебедева Е.А. Вводные эвиденциальные показатели в немецко- и англоязычных аналитических медиатекстах // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2017. № 3. С. 93–102. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.3.93

в немецких медиатекстах. Вместе с тем значение «цитатив» в англоязычных медиатекстах обнаруживается с помощью предложных вводных словосочетаний. Самым распространенным предлогом в таких конструкциях является «according to». Для выражения значения «слухи» в немецких медиатекстах наиболее часто используются вводно-модальные слова («angeblich», «vorgeblich»), а кроме того – вводные предложения с инвертированным порядком слов и предложные вводные словосочетания. В английских медиатекстах значение «слухи» чаще всего передается с помощью эллиптических предложений. Очевидно, что как в немецко-, так и англоязычных аналитических медиатекстах преобладают вводные показатели для передачи эвиденциального значения «цитатив».

**Ключевые слова:** немецкий медиатекст, английский медиатекст, аналитический медиатекст, эвиденциальность, пересказывательность, значение «цитатив», значение «слухи».

В современной журналистике отмечается тенденция к увеличению количества аналитических медиатекстов. Данный тип медиатекстов интересен для исследователей в силу того, что он демонстрирует широкий спектр способов выражения мнения и оценки, а также выступает инструментом субъективной квалификации информации с указанием на ее источник. В связи с этим значимыми для медиатекстов оказываются маркеры категории эвиденциальности, объединяющей те языковые средства, которые указывают на источник сведений о сообщаемом факте или о способе их получения [1, р. 1; 2, с. 101].

Традиционно эвиденциальность делится на два типа: прямую и косвенную. Прямая эвиденциальность реализуется в высказывании, если говорящий получает информацию на основании чувственного восприятия действительности. Косвенная эвиденциальность включает в себя две сферы: инференциальность (говорящий формулирует предложение посредством логического умозаключения) и пересказывательность (источником информации служат сообщения других лиц) [3, с. 16]. В сфере пересказывательности выделяют два типа значений: *цитатив* (источником информации являются определенные лица, новостные агентства, книги, документы и др.) и *слухи* (в качестве источника выступают неизвестные лица) [4, р. 57].

Одним из распространенных лексико-синтаксических средств выражения пересказывательной эвиденциальности служат вводные

предложения, вводные словосочетания и вводно-модальные слова. Именно эти вводные показатели являются предметом нашего исследования. Важно отметить, что в медиадискурсе основной признак эвиденциальности – отсылка к источнику информации – пересекается с категорией авторизации. Обе категории объединяют не только общие средства выражения, но и взаимодействие в рамках формирования модусного смысла: «Семантическое существо модуса состоит в том, что говорящий, беря на себя права автора, одновременно берет и обязательство выражать отношения, во-первых, к собственной речевой деятельности, во-вторых, к описываемым событиям в плане их соотношенности с ситуацией общения, в-третьих, к содержанию высказывания, в-четвертых, к адресату (слушателю, читателю)» [5, с. 150].

Исследование вводных показателей в структурном и функционально-прагматическом аспектах ранее проводилось как в немецком, так и английском языке [6–10]. Очевидно, что вводные эвиденциальные показатели, в наибольшей степени иллюстрирующие принадлежность категории эвиденциальности к модусной сфере, являются в немецко- и англоязычном аналитическом медиадискурсе и средствами выражения авторизации. Актуальность данной работы определяется отсутствием исследований вводных показателей как одного из распространенных средств выражения категории пересказывательности в сопоставительном плане – в английском и немецком языках.

При проведении сопоставительного анализа мы будем исходить из двух типов значения пересказывательности: цитатив и слухи.

Материалом для исследования послужил корпус примеров, содержащих языковые средства со значением «эвиденциальность» и отобранных из современных медиатекстов: а) немецкоязычных печатных изданий «Der Spiegel», «Süddeutsche Zeitung», «Die Zeit»; интернет-версий немецкоязычных газет «Zeit Online», «Spiegel Online», «Süddeutsche Zeitung»; информационных интернет-порталов «Deutsche Welle», «Tagesschau»; б) интернет-версий англоязычных газет «The New York Times», «The Washington Post», «The Financial Times», «The Independent».

В немецких аналитических медиатекстах наиболее распространенными вводными показателями пересказывательной эвиденциальности в значении «цитатив» являются вводные предложения. В анализируемых текстах присутствуют следующие типы вводных предложений:

1) простые вводные предложения с инвертированным порядком слов: *Alles, was man brauche, sagt De Palma, sei ein bisschen Talent, ein paar Schauspieler und ein Drehbuch*<sup>1</sup> («Все, что нужно, – говорит Де Пальма, – это немного таланта, несколько актеров и сценарий»);

2) придаточные предложения с союзом *wie* («как») на первой позиции, с глаголом – на последней: *Wie das Nationale Statistikamt in Peking mitteilte, gingen die Preise, die Produzenten erzielen können, im Juni um 2,7 Prozent zurück*<sup>2</sup> («Как сообщила Национальная статистическая служба в Пекине, цены, которых производители могут достичь, снизились в июне на 2,7 %»);

3) простые вводные предложения с инвертированным порядком слов и наречием *so* («так») на первой позиции: *Im Winter leuchtet*

*das Polarlicht über Finnland, rot und grün, ein schimmerndes Bonbonband, so sagt es Drake*<sup>3</sup> («Зимой над Финляндией светится полярное сияние, переливаясь красным и зеленым, как блестящая обертка конфет», – так говорит Дрейк);

4) простые вводные предложения с инвертированным порядком слов и указательным местоимением *das* («это») на первой позиции: *Helmut Schmidt, das sagt zumindest Steinbrück, hamstere zwar keine Glühbirnen, habe aber 200 Stangen Mentholzigaretten gebunkert, die auch bald von der EU verboten werden*<sup>4</sup> («Гельмут Шмидт хотя и не держит в запасе лампочки, но хранит в закромах 200 блоков ментоловых сигарет, которые тоже скоро запретит ЕС», – по крайней мере (это) говорит Штайнбрюк);

5) простые эллиптические предложения, состоящие из наречия *so* на первой позиции и следующего за ним источника информации: *Seitdem, so Haderthauer, habe er selbst mit der Firma nichts mehr zu tun*<sup>5</sup> («С тех пор он сам не имеет никаких дел с этой фирмой», – говорит Хадертхауер).

Следует отметить, что в той части предложения, где передается косвенная речь, часто встречается конъюнктив I.

Исследование показало, что во вводных предложениях в качестве источников информации чаще всего используются личности: представители организаций (*der heutige Verwaltungsratsvorsitzende von Google, Eric Schmidt* – нынешний председатель совета директоров Google Эрик Шмидт); эксперты и специалисты (*renommierte Ökonomen* – известные экономисты); политические деятели (*Steinbrück – Штайнбрюк*). Данные источники преимущественно сочетаются с предикатами речи: *sagen* – «говорить», *erzählen* – «рассказывать», *mitteilen, berichten* – «сообщать» и др.

<sup>1</sup>Der Spiegel. 2013. № 18. S. 106.

<sup>2</sup>Süddeutsche Zeitung. 2013. 10. Juli. S. 17.

<sup>3</sup>Der Spiegel. 2013. № 20. S. 53.

<sup>4</sup>Süddeutsche Zeitung. 2013. 10. Juli. S. 1.

<sup>5</sup>Der Spiegel. 2013. № 20. S. 34.

Другим вводным показателем значения «цитатив» в немецком языке являются вводные словосочетания. Вводные словосочетания состоят чаще всего из предлога *nach* («по»), за которым следует существительное, обозначающее тип информации и ее источник: *nach Angaben der EU (no сведениям ЕС)*. Лишь в немногих высказываниях предлог *nach* следует за источником информации: *Riegels Meinung nach (no мнению Ригеля)*.

Реже вводные словосочетания состоят из предлога *laut* («согласно», «по») и следующего за ним источника информации: *laut „Washington Post“ (no сообщению газеты «Вашингтон Пост»)*; из источника информации и следующего за ним предлога *zufolge* («согласно», «по»): *einer Umfrage zufolge (no данным опроса)*; из предлога *aus*, существительного *Sicht* и источника информации: *aus Sicht von Händlern und manchen Verbrauchern (с точки зрения продавцов и некоторых потребителей)*.

Во вводных словосочетаниях в качестве источников информации чаще всего выступают: организации (*Staatsanwaltschaft Stuttgart – прокуратура Штутгарта*); средства массовой информации (*die Nachrichtenagentur Reuters – новостное агентство «Рейтер»*); эксперты, специалисты (*Professor Rogers – профессор Роджерс*).

В предложениях, содержащих в качестве эвиденциального маркера вводные словосочетания, конъюнктив косвенной речи используется редко.

Эвиденциальное значение «слухи» также довольно часто выражается с помощью вводных показателей. Наиболее распространенным вводным показателем данного значения является вводно-модальное слово *angeblich* («будто бы», «якобы», «как говорят»). Вводно-модальное слово *vorgeblich* встречается в анализируемых текстах крайне редко. В семантическом плане *vorgeblich* представляет собой

синоним слова *angeblich*. Особенность употребления *angeblich* и *vorgeblich* состоит в том, что они могут относиться как к целостному высказыванию, так и к его части:

*angeblich* относится ко всему высказыванию: *Angeblich wollen sich die Vereinigten Staaten und Japan der Beschwerde anschließen<sup>6</sup> (Соединенные Штаты и Япония якобы хотят присоединиться к жалобе)*;

*angeblich* относится к части высказывания: *Einer der Fische, dessen Erbgut die BGI-Genetiker verändert haben, wächst schneller und soll angeblich sogar besser schmecken<sup>7</sup> (Одна из рыб, наследственные признаки которой изменили генетики Пекинского института геномики, растет быстрее и якобы даже должна быть более вкусной)*.

Следующим по частотности вводным показателем значения «слухи» можно назвать вводные предложения следующих типов:

1) простые вводные предложения с инвертированным порядком слов: *Und man solle lieber Tüten mit Lebensmitteln verteilen, anstatt große Menschenansammlungen zu bilden, heißt es<sup>8</sup> (Говорят, что лучше раздавать пакеты с продуктами, вместо того чтобы собирать большие скопления людей)*;

2) простые вводные предложения с инвертированным порядком слов и наречием *so* на первой позиции: *Schließlich hat der Abzug bereits begonnen, das Schlimmste, so hoffte man nach fast zwei Jahren ohne einen gefallenen deutschen Soldaten, sei bald überstanden<sup>9</sup> (Наконец уже начался вывод войск; спустя почти два года, прошедшие без единого погибшего солдата, была надежда, что худшее скоро останется позади)*.

Для реализации значения «слухи» могут также употребляться вводные словосочетания, состоящие из предлога (*laut, nach, zufolge*) и существительного, например: *laut Schätzungen (no оценкам)*. Наиболее распространенным является

<sup>6</sup>Süddeutsche Zeitung. 2013. 10. Juli. S. 19.

<sup>7</sup>Der Spiegel. 2013. № 18. S. 134.

<sup>8</sup>Süddeutsche Zeitung. 2013. 10. Juli. S. 8.

<sup>9</sup>Der Spiegel. 2013. № 20. S. 32.



сочетание предлога *nach* и существительного: *Der Aktienkurs des Unternehmens befindet sich schon seit einiger Zeit im Abwärtstrend, nach der Mitteilung stürzten die Aktien um 50 Prozent auf ein Rekordtief von 0,24 Euro*<sup>10</sup> (Курс акций предприятия снижается уже на протяжении некоторого времени, как сообщается, цена акций упала на 50 % до рекордного уровня в 0,24 евро).

Таким образом, наиболее распространенным вводным показателем значения «цитатив» в немецких аналитических медиатекстах оказываются вводные предложения, а значения «слухи» – модальные слова.

В англоязычных медиатекстах самая многочисленная группа вводных показателей пересказывательной эвиденциальности в значении «цитатив» представлена, как правило, простыми предложениями, но являющимися по технике введения в структуру высказывания *бессоюзными* и *«мнимо-союзными»*. Последние вводятся союзом *as*, лишенным своей обычной функции подчиняющего или сочиняющего элемента, например: *as The Post's Matt O'Brien wrote* (как написал Мэтт из Washington Post).

Большая часть примеров из англоязычных медиатекстов – это типичные случаи субъективированной авторизации: двусоставные глагольно-именные модели вводных предложений. Предикат в них представлен глаголами речевой деятельности: *to say* – «сказать», *to report* – «сообщить», *to note* – «заметить», *to argue* – «утверждать», *to explain* – «объяснить», *to add* – «добавить», *to write* – «написать». В рамках данной группы глагол *to say* является самым распространенным: *Since 2008, emerging-market countries have provided more than 80 percent of global growth, Lagarde said in a speech at the University of Maryland*<sup>11</sup> («После 2008 года развивающиеся рынки обеспечивали

более 80 % мирового экономического роста», – заявила Лагард в своем выступлении в Мэрилендском университете).

Кроме того, во вводных предложениях в значении «цитатив» используются глаголы мыслительной деятельности: *to agree* – «соглашаться», *to believe* – «верить», *to know* – «знать», *to mean* – «подразумевать», *to suggest* – «предположить», *to think* – «подумать», *to understand* – «понять», *to admit* – «признать». Вводные предложения с перечисленными глаголами чаще имеют прямой порядок слов (см. пример выше).

Отдельный блок формируют простые вводные предложения с инвертированным порядком слов, выполняющим в английском языке определенные, значимые для коммуникации функции. При использовании инвертированного порядка слов вводное предложение обособляется, и это привлекает внимание читателя к основной части высказывания: *In 2015, FDI in 30 emerging-market countries totaled \$488 billion, down from a peak of \$606 billion in 2011, says the IIF*<sup>12</sup> («В 2015 году объем прямых иностранных инвестиций в 30 странах с развивающимися рынками составлял 488 млрд долл., в то время как в 2011 году он достигал 606 млрд долл.», – утверждает ИМФ). Таким образом, при помощи инверсии достигается воздействие на читателя.

Для выражения значения «цитатив» часто употребляют вводные словосочетания. Так, в англоязычной прессе распространено сочетание *according to*, являющееся семантически емким. Оно может передавать разные оттенки смысла в зависимости от источника предлагаемой информации. Например, англо-русский словарь В.К. Мюллера предлагает в качестве перевода сочетания *according to* такие русскоязычные соответствия: 'по утверждению; по мнению; по словам; согласно; в соответствии с'<sup>13</sup>. Если же

<sup>10</sup>Zeit Online. URL: <http://www.zeit.de> (дата обращения: 20.09.2016).

<sup>11</sup>Samuelson R.J. The Crash of 2016? URL: [http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/02/10/the\\_crash\\_of\\_2016\\_129631.html#!](http://www.realclearpolitics.com/articles/2016/02/10/the_crash_of_2016_129631.html#!) (дата обращения: 10.08.2016).

<sup>12</sup>Там же.

<sup>13</sup>Мюллер В.К. Англо-русский словарь. URL: <http://www.classes.ru/dictionary-english-russian-Mueller-term-253.htm> (дата обращения: 15.08.2016).

обратиться к современным электронным словарям, в частности словарю «Мультитран», то к перечисленным значениям добавятся следующие: 'по; на основании какого-л. высказывания; согласно чьему-л. заявлению; по данным'<sup>14</sup>. Всего словарь предлагает 13 способов перевода сочетания *according to*.

Анализ источников информации, встречающихся после *according to*, позволяет сгруппировать их следующим образом:

1) названия различных социальных учреждений (служб, агентств, департаментов, компаний, СМИ, сайтов по сфере деятельности): *More than 25 million people around the globe are affected by schizophrenia, according to the World Health Organization, including 2 million to 3 million Americans*<sup>15</sup> (По данным Всемирной организации здравоохранения, всего в мире шизофренией болеет свыше 25 млн чел., в т. ч. от двух до трех млн американцев);

2) персоны, которые могут быть названы: а) по имени (фамилии): *All that now has changed, according to Stevens*<sup>16</sup> (По словам Стивенса, сейчас все изменилось); б) по служебному положению, занимаемой должности: *According to analysts and officials here, the Russian government believes it has won those dividends at a relatively low cost to the country's budget, with minimal loss of soldiers' lives and with largely supportive public opinion*<sup>17</sup> (По словам аналитиков и российских официальных лиц, правительство России считает, что она добилась этих преимуществ сравнительно малой ценой – без особого ущерба для российского бюджета, с минимальными потерями личного состава и в основном при

поддержке военных усилий со стороны обществственности);

3) развернутая характеристика источника: *The study marks a watershed moment, with the potential for early detection and new treatments that were unthinkable just a year ago, according to Steven Hyman, director of the Stanley Center for Psychiatric Research at the Broad Institute at MIT*<sup>18</sup> («Данное исследование стало переломным моментом, дав возможность для раннего диагностирования и новых методов лечения, которые еще год назад были немыслимы», – говорит Стивен Хайман, работающий директором Центра психиатрических исследований имени Стэнли в Институте Броуда при Массачусетском технологическом институте).

Вводное сочетание *according to*, как и многие другие вводные элементы, очень подвижно в составе предложения. Оно встречается в начале, середине и конце высказывания.

В англоязычных медиатекстах отмечены отдельные случаи вводных словосочетаний, состоящих из предлога *to* и следующего за ним источника информации: *to Moscow* (с точки зрения Москвы); из предлога *in*, за которым следует существительное, указывающее на чье-либо мнение (*account, view*) или оценку (*estimate*): *in Amis's account* (по мнению Амиса), *in Greer's view* (по мнению Грера).

Кроме того, следует обратить внимание на переходные случаи с предлогом *according to*: *a person familiar with the situation* (человек, хорошо знающий ситуацию); *people familiar with the matter* (осведомленные источники); *people briefed on the matter* (проинформированные по данному

<sup>14</sup>Электронный словарь Мультитран. URL: <http://www.multitrans.ru/> (дата обращения: 16.08.2016).

<sup>15</sup>Nutt A. Scientists Open the 'Black Box' of Schizophrenia with Dramatic Genetic Discovery. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/speaking-of-science/wp/2016/01/27/scientists-open-the-black-box-of-schizophrenia-with-dramatic-genetic-finding/> (дата обращения: 11.08.2016).

<sup>16</sup>Там же.

<sup>17</sup>Roth A. After Four Months, Russia's Campaign in Syria Is Proving Successful for Moscow. URL: [https://www.washingtonpost.com/world/europe/after-four-months-russias-campaign-in-syria-is-proving-successful-for-moscow/2016/02/02/7a65d676-9dd0-11e5-9ad2-568d814bbf3b\\_story.html?utm\\_term=.a88ada354295](https://www.washingtonpost.com/world/europe/after-four-months-russias-campaign-in-syria-is-proving-successful-for-moscow/2016/02/02/7a65d676-9dd0-11e5-9ad2-568d814bbf3b_story.html?utm_term=.a88ada354295) (дата обращения: 11.08.2016).

<sup>18</sup>Nutt A. Scientists Open the 'Black Box' of Schizophrenia with Dramatic Genetic Discovery.

вопросу источники/лица). С одной стороны, понятно, что источником информации являются люди, имеющие отношение к описываемой ситуации. Но вместе с тем читателю не сообщается точная информация о них, чтобы он воспринимал их как достоверный источник. Следовательно, читатель вправе расценивать такие высказывания как «слухи».

Для передачи эвиденциального значения «слухи» главным образом могут быть использованы эллиптические предложения: *As written, the proposed French law does not make it clear who would be ultimately responsible for the content of such sites – the content creator or the Internet service hosting the site*<sup>19</sup> (*Как было написано, предлагаемый закон во Франции не уточняет, кто будет в конечном счете отвечать за содержание таких сайтов – создатель контента или сайт-хостинг интернет-услуг*).

Эллиптические предложения со структурами типа *as expected, as mentioned earlier, as written* выступают трансформами соответствующих безличных предложений: *as it was expected, as it was mentioned earlier, as it was written*. Такие случаи употребления дают возможность говорить о синтаксической редукции, поскольку указывают на то, что автор статьи стремится к более компактным, экономным способам изложения материала.

Необходимо отметить случаи неназывания источников во вводных сочетаниях с предлогом *by*, за которым следует существительное, указывающее на чье-либо мнение (*account*): *He was, by all accounts, the kindest friend, as well as being a phenomenally prolific creator, conductor and teacher*<sup>20</sup> (*По общим отзывам, он был самым добрым другом, чрезвычайно продуктивным творцом, дирижером и педагогом*).

Таким образом, для передачи эвиденциального значения «слухи» в англоязычных медиа-

текстах вводные показатели используются крайне редко.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что в немецких медиатекстах для выражения эвиденциального значения «цитатив» задействуются вводные предложения с инвертированным порядком слов (разные их модели) и вводные словосочетания (они состоят из предлогов *nach, laut, zufolge, aus* и существительного, которое обозначает тип и источник информации).

Для выражения значения «слухи» наиболее часто используются вводно-модальные слова *angeblich, vorgeblich*. Кроме того, это значение реализуется посредством вводных предложений с инвертированным порядком слов и вводных словосочетаний, состоящих из предлога (*laut, nach, zufolge*) и существительного.

Если в предложении для выражения пересказывательной эвиденциальности задействуются вводные предложения, то в предложении, передающем косвенную речь, в качестве дополнительного эвиденциального маркера часто выступает конъюнктив I. В сочетании с вводными словосочетаниями конъюнктив I используется довольно редко.

В английских медиатекстах значение «цитатив» чаще всего передается с помощью вводных бессоюзных и «мнимо-союзных» предложений. Преимущественно у этих вводных предложений прямой порядок слов, однако иногда встречаются и простые вводные предложения с инвертированным порядком слов. Помимо того, значение «цитатив» выражается с помощью вводного словосочетания *according to*.

Значение «слухи» в английских медиатекстах в большинстве случаев реализуется посредством эллиптических предложений.

Не вызывает сомнений, что для передачи эвиденциального значения «цитатив» как в немецко-, так и англоязычных аналитических медиатекстах характерны вводные показатели.

<sup>19</sup>Carvajal D. French Bill Takes Chic Out of Being Too Thin. URL: <http://www.nytimes.com/2008/04/16/world/europe/16france.html?ref=business> (дата обращения: 11.08.2013).

<sup>20</sup>Roland J. Tchaikovsky. URL: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/reviews/tchaikovsky-by-roland-john-1796250.html> (дата обращения: 09.08.2013).

Анализ, представленный в данной статье, вносит дополнения в общую теорию эвиденциальности. Сопоставляя средства выражения чужой речи в немецком и английском языках, сравнивая традиции разных медиакультур, удалось показать, что аналитические жанры характеризуются сходными параметрами, в то время как различия обусловлены в первую очередь структурными особенностями языков. Преобладание в

СМИ вводных показателей цитатива для передачи эвиденциального значения говорит о стремлении к подчеркиванию достоверности, «проверенности» предъявляемой читателю информации. Данная тенденция косвенно указывает и на манипулятивный характер СМИ, необходимость формирования определенного общественного мнения, создать которое легче путем отсылки к конкретному источнику информации.

### Список литературы

1. Aikhenvald A.Y. *Evidentiality*. Oxford, 2004. 452 p.
2. Якобсон Р.О. Шифтеры, глагольные категории и русский глагол // Принципы типологического анализа языков различного строя: сб. ст. / сост. и предисл. О.Г. Ревзиной. М., 1972. С. 95–113.
3. Козинцева Н.А. Типология категории засвидетельствованности // Эвиденциальность в языках Европы и Азии: сб. ст. памяти Н.А. Козинцевой / отв. ред. В.С. Храковский. СПб., 2007. С. 13–36.
4. Willett T. A Cross-Linguistic Survey of the Grammaticization of Evidentiality // *Stud. Lang.* 1988. Vol. 12, № 1. P. 51–97.
5. Шмелева Т.В. Модальность и модус // Модальность в языке и речи: новые подходы к изучению: сб. науч. тр. / под ред. С.С. Ваулиной. Калининград, 2008. С. 140–151.
6. Астахова Т.Н. Вводные предложения как средство выражения эвиденциальности в немецких медиатекстах // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер.: Филол. науки. 2014. № 5(90). С. 96–99.
7. Лебедева Е.А. Авторизационные вводные элементы в аналитических жанрах англоязычных медиа // Вестн. Новгор. гос. ун-та. Сер.: Филология. История. 2010. № 57. С. 54–57.
8. Scheffler T. Evidentiality and German Attitude Verbs // *PWPL*. 2009. Vol. 15, № 1. P. 183–192. URL: <http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=pwpl> (дата обращения: 09.04.2017).
9. Rooryck J. Evidentiality, Part I // *Glott International*. 2001. Vol. 5, № 4. P. 125–133. URL: <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/14555/Rooryck%20-%20State%20of%20the%20article%20Evidentiality%20Part%20I.pdf?sequence=1> (дата обращения: 09.04.2017).
10. Балабаева Ю.Е. Вставные конструкции немецкого языка в функции маркеров категории эвиденциальности (к проблеме межкультурных различий маркеров эвиденциальности) // Филол. науки. Вопр. теории и практики. 2010. № 2(6). С. 22–25. URL: [http://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-2911\\_2010\\_2\\_05.pdf](http://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2010_2_05.pdf) (дата обращения: 09.04.2017).

### References

1. Aikhenvald A.Y. *Evidentiality*. Oxford, 2004. 452 p.
2. Jakobson R.O. Shiftery, glagol'nye kategorii i russkiy glagol [Shifters, Verb Categories and the Russian Verb]. *Printsipy tipologicheskogo analiza yazykov razlichnogo stroya* [The Principles of Typological Analysis of Languages of Different Structures]. Comp. by O.G. Revzina. Moscow, 1972, pp. 95–113.
3. Kozintseva N.A. Tipologiya kategorii zasvidetel'stvovannosti [Typology of the Category of Evidentiality]. *Evidentsial'nost' v yazykakh Evropy i Azii* [Evidentiality in the Languages of Europe and Asia]. Ed. by V.S. Khrakovskiy. St. Petersburg, 2007, pp. 13–36.
4. Willett T. A Cross-Linguistic Survey of the Grammaticization of Evidentiality. *Stud. Lang.*, 1988, vol. 12, no. 1, pp. 51–97.
5. Shmeleva T.V. Modal'nost' i modus [Modality and Modus]. *Modal'nost' v yazyke i rechi: novye podkhody k izucheniyu* [Modality in Language and Speech: New Approaches to the Study]. Ed. by S.S. Vaulina. Kaliningrad, 2008. pp. 140–151.



6. Astakhova T.N. Vvodnye predlozheniya kak sredstvo vyrazheniya evidentsial'nosti v nemetskikh mediatekstakh [Parenthetical Clauses as the Means of Evidence Expression in German Mediatexts]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Ser.: Filologicheskie nauki*, 2014, no. 5, pp. 96–99.

7. Lebedeva E.A. Avtorizatsionnye vvodnye elementy v analiticheskikh zhanrakh angloyazychnykh media [Parenthesis as Markers of Authorship and Author's Intention in Analytical Genres of Mass-Media]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Filologiya. Istoriya*, 2010, no. 57, pp. 54–57.

8. Scheffler T. Evidentiality and German Attitude Verbs. *PWPL*, 2009, vol. 15, no. 1, pp. 183–192. Available at: <http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=pwpl> (accessed 9 April 2017).

9. Rooryck J. Evidentiality, Part I. *Glott Int.*, 2001, vol. 5, no. 4, pp. 125–133. Available at: <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/14555/Rooryck%20-%20State%20of%20the%20article%20Evidentiality%20Part%20I.pdf?sequence=1> (accessed 9 April 2017).

10. Balabaeva Yu.E. Vstavnye konstruksii nemetskogo yazyka v funktsii markerov kategorii evidentsial'nosti (k probleme mezhkul'turnykh razlichiy markerov evidentsial'nosti) [Inserted Constructions of the German Language as the Markers of the Evidentiality Category (to the Problem of Inter-Cultural Differences of Evidentiality Markers)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2010, no. 2, pp. 22–25. Available at: [http://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-2911\\_2010\\_2\\_05.pdf](http://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2010_2_05.pdf) (accessed 9 April 2017).

DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.3.93

***Tat'yana N. Astakhova***

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov;  
ul. Smol'nyy Buyan 1, Arkhangelsk, 163002, Russian Federation;  
*e-mail*: t.astakhova@narfu.ru

***Elena V. Bodnaruk***

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov;  
ul. Smol'nyy Buyan 7, Arkhangelsk, 163002, Russian Federation;  
*e-mail*: e.bodnaruk@narfu.ru

***Elena A. Lebedeva***

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University;  
ul. Pskovskaya 3, Veliky Novgorod, 173015, Russian Federation;  
*e-mail*: elena.lebedeva@novsu.ru

## **PARENTHETICAL MARKERS OF EVIDENTIALITY IN GERMAN AND ENGLISH ANALYTICAL MEDIA TEXTS**

References to information sources are integral components of analytical media texts. Thus, markers of the category of evidentiality are of special significance for media texts. This article analyses parenthetical markers (parenthetical clauses, parenthetical phrases and parenthetical modal words) serving as one of the most common lexical and syntactic means of reported evidentiality. Two types of evidential meaning – quotative and hearsay – are discussed. The article shows that parenthetical clauses are one of the

---

*For citation*: Astakhova T.N., Bodnaruk E.V., Lebedeva E.A. Parenthetical Markers of Evidentiality in German and English Analytical Media Texts. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2017, no. 3, pp. 93–102. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.3.93

most common markers of reported evidentiality used to express quotative evidential meaning both in German and English analytical media texts. According to our observations, German media texts contain different models of parenthetical clauses with inverted word order and parenthetical phrases consisting of prepositions *nach*, *laut*, *zufolge*, *aus* and nouns indicating the type and source of information. In English media text, quotative evidential meaning is mostly expressed by parenthetical clauses. These parenthetical clauses mainly have direct word order; parenthetical clauses with inverted word order are not as numerous as in German media texts. At the same time, English media texts express quotative evidential meaning with the help of prepositional parenthetical phrases. *According to* is the most common preposition in such constructions. To express the evidential meaning of hearsay, parenthetical modal words (*angeblich*, *vorgeblich*) are often used in German media texts. In addition, this meaning is realized through parenthetical clauses with inverted word order and prepositional parenthetical phrases. In English media texts, however, hearsay meaning is often expressed by elliptical clauses. It is obvious that parenthetical markers expressing quotative evidential meaning dominate both in German and in English analytical media texts.

**Keywords:** *German media text, English media text, analytical media text, evidentiality, reportedness, quotative meaning, hearsay meaning.*

Поступила: 28.10.2016  
Received: 28 October 2016