

HEMEЦКИЙ ЯЗЫК

Д. Бабыдова (ГУО «Средняя школа № 45 г. Витебска имени В. Ф. Маргелова»)
А. А. Александровна (научный руководитель)

EPITHETA IM DISKURSSYSTEM DER MODERNEN DEUTSCHEN PUBLIZISTIK

Mit der Entwicklung der Gesellschaft sind die Medien zu einem integralen Bestandteil der Kommunikation geworden, zum Instrument der Beeinflussung. Sie haben heute einen bedeutenden Einfluss auf die Gesellschaft. Die Sprache, das facettenreichste Kommunikationsmittel, wirkt durch die Vielfalt der Ausdrucksmittel als Instrument des gezielten Einflusses durch die Medien. Die heutige Gesellschaft wird von der Online-Massenmedienkommunikation geprägt und die Massenmedien nutzen eine Menge von verschiedenen Emotionalisierungsstrategien, um die Gefühle der Leser zu aktivieren und ihre Denkprozesse zu beeinflussen.

Zu den Mitteln der Bildhaftigkeit gehören in erster Linie Epitheta. Mit ihrer Hilfe entsteht vor dem geistigen Auge des Lesers oder Hörers die Vorstellung von Farbe, Form, Klänge und anderen Sinnesempfindungen, die Vorstellung von auffallenden Eigenschaften und Merkmalen. Deshalb sind Epitheta in der digitalen Publizistik von besonderem Interesse.

Aktualität unserer Arbeit besteht darin, dass die Epitheta unsere Sprache und Rede sachlicher, expressiver und markiger machen, so dass eine bestimmte Reaktion der Empfänger hervorgerufen wird.

Die praktische Anwendung unserer Arbeit besteht darin, dass unsere Forschungsergebnisse für Deutschlernende und für Schulreporter behilflich und nützlich sein werden.

Unser Forschungsobjekt ist das Diskurssystem der modernen deutschen Publizistik.

Forschungsgegenstand der Arbeit sind Epitheta im Diskurssystem der modernen deutschen Publizistik.

Unser Ziel ist Epitheta und ihre Gebrauchshäufigkeit in den Artikeln deutscher Onlinezeitungen zu untersuchen.

Für die Zielerreichung haben wir **die Aufgaben** gestellt:

- 1) die Begriffe der Epitheta und des Diskurssystems zu bestimmen;
- 2) die Klassifikationen der Epitheta und deren Funktionen zu erforschen;
- 3) die Epitheta und ihren Gebrauch in deutschen publizistischen Texten zu analysieren.

Hypothese der Forschung lautet die konkretisierenden Epitheta gebraucht man in der Publizistik häufiger als die bewertenden Epitheta, weil ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial für die Presse erforderlich ist. Die Wesenszüge des Stils der Presse und Publizistik sind Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit, Aktualität, Objektivität, Genauigkeit, Tiefgründlichkeit, deshalb sollten Zeitungsartikel sachlich geschrieben werden.

Unsere Methoden sind:

- 1) die Recherche;
- 2) die Analyse;
- 3) die quantitative Zählung;
- 4) die Datenerhebung im Internet,
- 5) die Systematisierung.

Mit **Epitheton** bezeichnet man in der Rhetorik/Stilistik das Hinzufügen eines im Satzzusammenhang nicht unbedingt erforderlichen Attributs, z.B. die „grüne Wiese“. Ein Epitheton kann auch eine Individualisierung, Charakterisierung oder Bewertung ausdrücken, z.B. „Iwan der Schreckliche“ oder „das Land der Tausend Seen“. Allgemeiner werden auch Attribute so benannt. Ein Epitheton ist also ein „Zusatz“ oder „Beiwort“. Epitheton ist jede Merkmalsbestimmung eines Substantivs, durch die der betreffende Begriff entweder logisch-sachlich konkretisiert oder emotional eingeschätzt wird. Das Epitheton erscheint in allen Redestilen.

Das Epitheton erfüllt folgende **Funktionen**:

- ✓ eine präzisierende und emotional-bewertende Funktion;
- ✓ das Epitheton ist zum Verständnis des übergeordneten Substantivs mehr oder minder nötig, aber keinesfalls unentbehrlich und erfüllt eine erläuternde Funktion;
- ✓ das Epitheton wird durch syntaktische Unterordnung bestimmt: *der blaue Himmel, graue Theorie*.

In jeder **Diskursanalyse** gilt es sowohl inhaltliche Schwerpunkte, als auch typische sprachliche Eigenschaften der analysierten Texte zu berücksichtigen. Uns interessierte die Diskursanalyse der Online veröffentlichten, publizistischen Texte, welche die Thematik des Gesellschaftslebens betreffen. Durch die Analyse der Belege waren wir bemüht nahe zu bringen, wie das angeführte Thema durch Epitheta in der Presse erkennbar wird.

Die Vielfalt der Textsorten im Stil der Presse und Publizistik kann man in 3 größere Klassen zusammenfassen:

1. Informierende Texte (Berichte, Nachricht, Mitteilung, Tageschronik, Interview, Rechenschaftsbericht, Beschreibung);
2. Analytische Texte (Rezension, Artikel, Reportage, Appell, Aufruf);
3. Künstlerisch-publizistische Texte (Ansprache, Reiseskizze, Essay, Pamphlet, Feuilleton).

Je nach dem Genre der schriftlichen oder mündlichen Publizistik, variiert auch die Verwendungsweise der Ausdrucksmöglichkeiten. An der expressiven Ausdrucksgestaltung des publizistischen Stils nehmen viele Mittel Anteil.

In dem praktischen Teil haben wir die konkreten Beispiele aus 15 Artikeln zum Thema „Gesellschaft“ aus deutschen Onlinezeitungen verschiedener Jahre ausgewählt. Das sind Welt-online, Deutsche Welle, Spiegel-online, Frankfurter allgemeine Zeitung. Experimentell haben wir die Möglichkeiten und Gebrauchsanzahl der Epitheta verglichen. Bei der Auswahl wurden 274 Fälle der Verwendung von Epitheta gefunden. Durchschnittlich, entfallen auf einen Zeitungsartikel etwa 18,3 Fälle mit den Beiwörtern. Nach dem grammatischen Ausdruck sind alle Typen in den betrachteten Artikeln zu finden. Die Mehrheit der Epitheta wird durch kongruierendes adjektivisches oder partizipiales Attribut (46%) ausgedrückt. Am seltensten werden Epitheta durch nichtkongruierendes Attribut (1%) und durch adverbiales Attribut (0,7 %) ausgedrückt. Hier sind einige bildhafte Beispiele aufgelistet:

a) durch kongruierendes Attribut: *schwarze Schafe, heikle Themen, ein wahrer Held, nach einem krisensicheren Job, der größte Humbug.*

b) durch nichtkongruierendes Attribut: *im Jahr 2020, ganz Deutschland;*

c) durch erweitertes Attribut: *dringend notwendige Internatsaufenthalte; ein im Frühling geernteter Apfel aus Neuseeland;*

d) durch Genitivattribut: *das Herzstück des Ladens, im Getöse des ewigen Newsstreams;*

e) durch präpositionales Attribut: *Styling mit Wau-Effekt, die Hilfe für den Kranken, der Hauch von Geschmack;*

f) durch adverbiales Attribut: *die Jugendherberge von gestern, der Weg nach links;*

g) durch Attribursatz: *Menschen, die nach einer Einkommensquelle mit Zukunft suchen;*

h) durch Bestimmungswort im zusammengesetzten Substantiv: *Partycrasher, Hagebuttentee, Louis-Vuitton-Tragetaschen fürs Schoßhündchen.*

Nach dem Inhalt dominieren in publizistischen Artikeln konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta (62%). Danach folgt die positiv bewertende (emotionale) Epitheta (25 %). Zuletzt stehen die negativ bewertende Epitheta mit 13 %.

Konkretisierend sind *einen hypothetischen Algorithmus, im interdisziplinären KI-Projekt, ein komplexes Problem, aus wirtschaftlicher, ethischer und technischer Sicht, ihr typischer Tag*. Positiv bewertend wirken die nächsten Epitheta: *einen attraktiven Beruf, einen besseren ökologischen Fußabdruck, eine wichtige Botschaft, ein guter Anlass, die preisgünstige Alternative*. Negativ sind *ein einziger Salon, heikle Themen, in hitzigen Debatten, keine leichte Entscheidung, das kleine Budget, zum labbrigen Graubrot*.

Zum Schluss möchten wir einige Konsequenzen aus dem von uns analysierten Sprachmaterial im Hinblick auf die Diskursproblematik ziehen. Im Voraus nehmen wir an, dass die die Fragen der Gesellschaft betreffenden Artikel aktuelle Themen

enthalten, die von allen Lesern für relevant gehalten werden. Als einen allen analysierten Artikeln gemeinsamen inhaltlichen Zug dürfte man Aktualität und gewisse Strebung nach Glaubwürdigkeit feststellen, weil jede Person durch ihr eigenes Wertensystem Information wahrnimmt. Und obwohl es im publizistischen Stil oft um die Propaganda und Agitation geht, haben die Autoren meisterhaft in der Sprachwirklichkeit die beiden Komponenten des publizistischen Stils – die intellektuelle und emotionale verbunden, damit die Artikel sowohl sachliche als auch emotionale Überzeugungskraft besitzen. Einerseits ist es ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial, aktuelle Realienbezeichnungen, konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta. Andererseits sind es sprachliche Mittel der emotionalen Fühlungnahme mit dem Publikum. Die intellektuelle Einwirkung auf Leser und Hörer hängt vielfach davon ab, auf welche Weise das Tatsachen- und Beweismaterial an sie herangebracht wird. Einen wichtigen Platz bei der intellektuellen Beweisführung nehmen bewertende (emotionale) Epitheta ein.

Im Verlauf unserer Forschung haben wir festgestellt, dass nach dem Inhalt in publizistischen Artikeln konkretisierende (logisch-sachliche) Epitheta mit 62 % dominieren, was positiv auf Glaubwürdigkeit des Lesers einwirkt. Trotzdem nehmen bewertende Epitheta mit 38% einen wichtigen Platz in modernen publizistischen Texten ein, um die Emotionalität des Textinhalts zu erhöhen und für mehrere Attraktivität der Artikel zu demonstrieren. Moderne Online-Ausgaben werden weiter zunehmend an die Bedeutung gewinnen.

Unsere Forschungsarbeit hat bewiesen, dass man die konkretisierenden Epitheta in der Publizistik häufiger als die bewertenden Epitheta gebraucht, weil ein reiches Tatsachen- und Beweismaterial für die Presse erforderlich ist. Die Wesenszüge des Stils der Presse und Publizistik sind Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit, Aktualität, Objektivität, Genauigkeit, Tiefgründlichkeit, deshalb sollten Zeitungsartikel sachlich geschrieben werden. Und so sind sie geschrieben, was wir durch die Analyse der Online-Zeitungen bestätigt haben. Der Sprechende oder Schreibende wählt die sprachlichen Mittel mit Absicht und zielgerichtet, um auf den Zuhörer oder den Leser einzuwirken. Die Auswahl der Mittel hängt von der kommunikativen Situation und von den persönlichen Wahrnehmungsbesonderheiten des Lesers ab.