

ХЕДЖ-АППРОКСИМАТОРЫ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ НЕМЕЦКОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Э.Л. Шубина

Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации (Москва, Россия)

elvira.shubina@mail.ru

Целью данного исследования является анализ немецких публицистических текстов на предмет содержания хедж-аппроксиматоров. Синонимичные аналитические конструкции *eine Art ...* (что-то вроде); *so etwas wie ...*; *(so) etwas Ähnliches wie* используются для достижения конкретных прагматических целей в публицистическом дискурсе. Наиболее высокочастотным является сочетание *eine Art ...*. Структурная организация сочетаний подчиняется определенным правилам. Большинство именных групп типа *eine Art N* без определения перед главным компонентом (*eine Art Glück*) не позволяют в современном немецком языке определить падеж второго существительного. Существительные всех трех родов, включая существительные слабого типа склонения, не получают флексий. Падежная форма главного члена определяется путем расширения кластера определением. Основными типами конструкции являются конструкции с генитивом (*eine Art gemeinsamen Traums*), с предлогом *von* с последующим дативом (*eine Art von gemeinsamem Traum*) и конструкции с падежным согласованием между двумя частями именной группы (*in einer Art gemeinsamem Traum*). Распределение типов конструкций в современном немецком языке определяется в основном грамматическими факторами, а именно падежной формой «вспомогательного существительного», а также числом и семантическим классом второго существительного.

Все три синонимичных кластера употребляются как с конкретными, так и абстрактными существительными. Эти хедж-маркеры позволяют авторам статей ограничить степень уверенности или сомнения о подлинности факта, так как иногда отсутствуют сведения о называемом денотате, минимизировать риски ошибочного высказывания. Они сигнализируют дистанцию, осторожность и дипломатичность и направлены на бесконфликтную коммуникацию.

Ключевые слова: хеджирование, немецкий язык, публицистический дискурс, коммуникация, синтаксис.

1. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время лингвисты уделяют пристальное внимание публицистическому дискурсу, в том числе в контексте профессионального общения. Этот факт объясняется тем, что основной объем речепользования приходится именно на СМИ. Роль массовой коммуникации в изменении речевых процессов существенна. Публицистический дискурс реализует интенцию убеждения и способен оказать сильный перлокутивный эффект на адресата, при этом адресант использует все доступные речевые средства и прибегает не только к логическим доводам, но и к приёмам воздействия. Таким образом, масс-медиа не только информируют о событиях реальной действительности, но и воздействует на общественное сознание. Публицистический текст насыщен авторской оценкой и включается в идеологическую коммуникативную ситуацию.

Однако в большинстве работ анализируется публицистический дискурс в целом, или же рассматриваются его когнитивные, стилистические особенности. На наш взгляд, учеными-языковедами не уделяется достаточно внимания некоторым прагматическим стратегиям, а именно хеджированию. Это сильное лингвопрагматическое средство воздействия на адресата, и оно неоправданно недооценено исследователями рассматриваемого вида дискурса. Данный термин появился в лингвистике благодаря

Дж. Лакоффу, который является основоположником теории хеджирования. Под хеджированием (от англ. *hedge* – ограда, изгородь) понимается открытие сделок на одном рынке для компенсации воздействия ценовых рисков равной, но противоположной позиции на другом рынке. Данный термин сохранил свое первоначальное значение в лингвистике и обозначает «речевое страхование». Дж. Лакофф в своем исследовании рассматривал такие хедж-маркёры, как *sort of, kind of, rather, largely, strictly speaking*, функция которых состоит в том, чтобы сделать понятия более или менее «расплывчатыми» и защитить говорящего от категоричных высказываний [Lakoff, 1972]. Иными словами, хеджирование – это ослабление иллокутивной силы высказывания, без которого оно может звучать невежливо, излишне эмоционально или даже агрессивно. По этой причине публицистический дискурс представляет интерес для данной речевой стратегии, поскольку журналисты обязаны в своих публикациях осторожно и тщательно выбирать лексику и речевые тактики.

Целью данного исследования является анализ немецких публицистических текстов на предмет содержания и функционально-лингвистического своеобразия хедж-аппроксиматоров.

2. АНАЛИЗ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Корпусные грамматики английского языка, такие как “Longman Grammar of Spoken and Written English” (LGSWE) [Biber et al., 1999] и “Cambridge Grammar of English” (CGE) [Carter & McCarthy, 2013] относят к наиболее часто применяемым средствам выражения хеджинга:

- модальные глаголы и глаголы с модальными значениями – *believe, guess ...*;
- существительные – *there is a possibility* и т. д.;
- наречия – *kind of, sort of, maybe, quite, really ...*;
- не прямые вопросы с модальностью – *And would you have thought you were very close to him?*;
- двойное отрицание – *It's not that I am not afraid ...*;
- оценивающее всю ситуацию определительное придаточное предложение – *You got them to do this cross-group reporting, which was a good idea, but the time was the problem*;
- правки, которые обычно возникают в аутентичном процессе порождения неподготовленной устной речи – *And will you, would you like to go sort of on a sun and sea holiday with him this year?*

Хеджирование в письменной и устной речи происходит либо (а) путем размывания *семантического контента* высказывания, которое может привести к неоднозначному истолкованию текста, либо (б) с помощью «дистанции между говорящим и тем, что говорится» [Rounds, 1982]. Типология *хеджирования* была предложена Эллен Принс [Prince, 1982, p. 85], которая выделила два основных класса внутри понятия: *хедж-аппроксиматоры* (англ. *approximators*) – *приблизители*, затуманивающие и размывающие пропозициональный контент высказывания, и *хедж-щиты* (*shields*) – *оградители*, страхующие коммуниканта от возможных последствий однозначного (категоричного) высказывания [Ibidem].

В качестве примера можно сравнить некоторые высказывания:

а. *Er leidet an einer Grippe* [Он болен гриппом].

б. *Er leidet an einer Art Grippe* [У него **вроде бы** грипп].

в. *Ich denke, er leidet an einer Grippe* [**Я думаю**, что у него грипп].

Предложение (а) утверждает «Он болен гриппом». Хеджирование в нём отсутствует. Пропозиция высказывания (б) «У него вроде бы грипп» отличается от предыдущего и обозначает, что симптомы болезни схожи с симптомами сезонного

гриппа. Третий пример «Я думаю, что у него грипп» содержит отношение (в данном случае сомнение) говорящего к пропозиции. Во втором примере говорящий высказывает субъективное отношение к факту болезни, прибегая к аппроксимации. Лексическое значение аппроксимации проявляется в данном примере при помощи сочетания аппроксиматора *eine Art* со знаменательным словом. Значение приближенности у данного аппроксиматора является основным, то есть не зависит от контекстного окружения.

Таким образом, к хедж-аппроксиматорам можно причислить готовые лексические единицы (*somewhat, sort of, kind of, about, approximately* – отчасти, типа, как бы, около, приблизительно и др.), так называемые «слова-определители с «размытой» семантикой: некоторый, известный» [Крысин, 1994]. В отличие от аппроксиматоров, коммуникативные *хедж-циты* не имеют задачи «затуманивать» само высказывание: их целью является выражение отношения говорящего к достоверности пропозиции, вызванное либо 1) отсутствием точного знания предмета, либо 2) степенью приверженности говорящего к тому, что им говорится (нежелание сказать правду, уклонение от прямого ответа).

В нашей статье речь пойдет о синонимичных аналитических конструкциях со значением приближенности, так называемых хедж-аппроксиматорах: *eine Art* ... (что-то вроде); *so etwas wie* ...; (*so*) *etwas Ähnliches wie* ... (что-то похожее на ...). В работе будут рассмотрены функции этих конструкций в публицистических текстах, их синтаксическое построение и их синтагматические потенции.

Основным источником материала является электронный корпус текстов немецких публицистических изданий Берлинско-Бранденбургской академии наук (DWDS). В него включены все выпуски газеты *Die Zeit* с 1946 г., а также электронные версии газет *ZEIT ONLINE*, *der Tagesspiegel*, *Süddeutsche Zeitung*, *Berliner Zeitung* с 1996 г. по настоящее время.

Учитывая их функцию в тексте, Сабина Дёнингаус именует такие лексемы, как *wie/und ähnliches, ähnliches wie*, хедж-маркерами [Dönninghaus, 2005]. В немецком языкознании существуют термины *Hecke, Heckenausdrücke*, которые позволяют смягчить категоричность высказываний. В английском языкознании с этой целью используется понятие «*downtoners*» – даунтонеры [O’Keeffe et al., 2007]. Регула Шмидлин солидаризируется с Джорджем Лакофф и причисляют к хедж-маркёрам *eine Art, quasi, pseudo-*. По её мнению, данные лексемы смягчают прототипичность понятий*. *Eine Art Mütze* – это не шапка, а похожий на шапку головной убор [Schmidlin, 2011].

Некоторые отечественные лингвисты называют их функционально-синонимичными аппроксиматорами. Так, по мнению Т.М. Пристинской, существительное с неопределённым артиклем *eine Art* в сочетании с иным существительным приобретает значение приближительного уподобления “*etwas Ähnliches wie*”. Конструкция *eine Art*+Substantiv семантически схожа с *nahezu, fast, beinahe*, для которых типична сема «приближенность к чему-то», «неотождествлённость». Сравнительная конструкция *so etwas wie* в сочетании с существительным синонимична конструкции *eine Art*+Substantiv [Пристинская, 2005]. Под аппроксиматором Е.Ю. Сорокин понимает «языковую единицу (морфема, слово, словосочетание, предикативная конструкция), которая имеет сему «приближенности» и представленная в семантической структуре» [Сорокин, 1988, с. 7]. Для английского

*Люди формируют конкретный или абстрактный образ предметов и ситуаций, принадлежащих определенной категории. Этот образ называется прототипом. Таким образом человек воспринимает действительность: член категории, который максимально схож с этим образом и является образцом класса, так называемым прототипичным экземпляром [Verschueren, 1987, p. 47-48].

языка были разработаны классификации аппроксиматоров в трудах И.Л. Шкота [Шкот, 1984], Ю.Е. Сорокина [Сорокин, 1988], Е.С. Бочаровой [Бочарова, 2001].

В нашей работе мы будем называть данные конструкции кластерами. Под кластерами корпусные лингвисты понимают цепочки слов, которые состоят из нескольких компонентов и воспроизводятся в речи в виде цельных оборотов. Среди них можно обнаружить сочетания знаменательных и служебных слов, а также только служебных слов (*I think it's, do you, one of the, a bit of a, the end of the*) [Горина, Храброва, 2017, с. 44-53]. В их число входят и рекуррентные законченные предложения. Некоторые кластеры могут выступать в роли хедж-маркёров. Например, кластер *a bit of a* смягчает негативное воздействие существительных с отрицательной коннотацией *a bit of a problem, mess* [O'Keeffe et al., 2007]. Подобную функцию выполняют и кластеры *eine Art ...; so etwas wie ...; (so) etwas Ähnliches wie ...*. Если раньше использование таких лексических цепочек могло указывать на ограниченность речевых навыков, то сегодня их высокая частотность свидетельствует о важных прагматических функциях. Одной из этих функций является функция хеджирования. Именно по этой причине мы называем их хедж-аппроксиматорами.

3. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Для определения частоты употребления интересующих нас сочетаний воспользуемся статистическими данными электронного корпуса DWDS. В таблице 1 представлено соотношение контекстов с синонимичными сочетаниями в публицистических текстах.

Таблица 1. Корпус примеров синонимичных сочетаний

Название газет	<i>eine Art ...</i>	<i>so etwas wie ...</i>	<i>(so)etwas Ähnliches wie ...</i>
Berliner Zeitung (1994-2005)	12385 примеров	3425 примеров	34 примера
Tagesspiegel (1996-2005)	10174 примера	3296 примеров	36 примеров
Die Zeit (1946-2018)	42941 пример	10957 примеров	44 примера
Всего	65500 (≈78%)	18308 (≈22%)	114 (≈0,1%)

Из таблицы видно, что самым высокочастотным кластером является *eine Art* Его доля в корпусе публицистических текстов составила 78 %. Далее следует кластер *so etwas wie ...* с 22%. Низкочастотным оказался кластер *(so) etwas Ähnliches wie* и составил всего лишь 0,1% анализируемого материала.

В несколько раз реже встречаются данные кластеры в корпусе текстов художественной литературы. В таблице 2 представлено количественное соотношение контекстов.

Таблица 2. Корпус примеров из художественных произведений

	<i>eine Art ...</i>	<i>so etwas wie ...</i>	<i>(so) etwas Ähnliches wie ...</i>
DWDS-Kernkorpus (1900-1999)	3819 примеров (≈86%)	602 примера (≈13%)	11 примеров (≈0,2%)

Как в периодических изданиях, так и в текстах художественной литературы наиболее частотным из трех синонимичных кластеров является сочетание *eine Art* Доля кластера *so etwas wie ...* составила 13%, что значительно меньше, чем в выборке из прессы. Аналогично низкая частотность обнаружена в художественных текстах и у *(so) etwas Ähnliches wie ...*.

Такая высокая частотность синонимичных кластеров в публицистическом дискурсе указывает на выполнение ими важных прагматических функций, закрепленных за этой цепочкой слов.

3.1. Коммуникативно-прагматические функции кластера *eine Art* в публицистике.

Исследование корпуса периодики показало, что наиболее частотный кластер *eine Art* ... выступает в роли хеджинга и может смягчать резкость существительных с отрицательной коннотацией: *eine Art Kriegssituation* – наподобие военной ситуации; *eine Art Prostitution* – некое подобие проституции; *der Mensch sei eine Art Raubtier* – человек, по его словам, напоминает хищника; *eine Art Tod* – вроде смерти; *eine Art von kaltem Bürgerkrieg* – вроде холодной гражданской войны; *zu einer Art fünfter Kolonne machen* – превратить в нечто, напоминающую «пятую колонну».

Из контекстов становится понятно, что кластер выступает в предложениях в функции эвфемизма. Случается, что автор обогащает сочетание дополнительным определением и перед читателем возникает новое понятие. В нашем примере речь идет о так называемой культурной «пятой колонне»:

(1) *Er gehörte zu den dem "Dritten Reich" nahe stehenden Deutschen in Hollywood, einer Art kulturellen fünften Kolonne* (Spiegel).

Таким образом, данный кластер употребляется и для названия еще не существующих предметов, явлений, но которые напоминают или схожи с существующими. В словаре отсутствуют средства номинации, и автор посредством этих языковых элементов описывает свои представления. Так, использование кластера *eine Art* с существительным *Öko-Papst* вызвано тем фактом, что в словаре не зафиксировано данное существительное. В статье из газеты Tagesspiegel речь идет о представителе фирмы TUI Вольфе Иванде, который возомнил себя таким авторитетом по вопросам экологии, уверенно выступает с докладами, как будто сам является творцом природы:

(2) [...] *der TUI Umweltbeauftragte Wolf Michael Iwand zum Beispiel versteht sich als eine Art Öko-Papst, hält perfekt inszenierte Vorträge, als hätte er die Natur selbst gezeugt* (Der Tagesspiegel).

Благодаря хедж-элементам, появляется возможность обозначать объекты в соответствии с персональным восприятием действительности и построения картины мира в языковой плоскости. Эмоциональное напряжение снимается, и читатели не воспринимают номинации как ошибочные, потому что смысл понятен.

В статье из журнала Stern показано стремление Сингапура стать «азиатским Нью-Йорком» – *Singapur rührt sich, eine Art asiatisches New York zu sein*.

Восхищаясь атмосферой, которая царит в одном итальянском городке, где проживает много студентов, автор использует сочетание *eine Art italienisches Oxford* (FAZ). Автор так передает представление о городе, сравнив его с Оксфордом, который получил всемирную известность благодаря своему университету. Смысловая достаточность налицо и не оказывает влияния на решение коммуникативных задач.

Другая возможность анализируемого кластера заключается в том, что он помогает описать и тем самым объяснить значение новых для читателей слов. СМИ, как известно, предстают не только как каналы распространения рекламы, но и как трансляторы информационной специфической (рекламной) продукции. С их помощью распространяется информация о товарах и услугах, объясняется назначение лучших товаров и услуг, воспитывается вкус потребителя, пропагандируется наиболее передовое и новое. Хедж-аппроксиматор *eine Art* обнаруживаем в роли дополнения для знакомства читателей с:

а) новым видом спорта:

(3) *Überall werden Spielfelder installiert, auf denen man sich zum Eishockey oder Broomball trifft, einer Art vereinfachtem Eishockey für jedermann ohne Schlittschuhe* (FAZ).

Предполагая, что не все читатели знакомы с брумболлом (командная спортивная игра, проводящаяся на ледовом поле, в которой небольшой резиновый мяч, управляемый специальными клюшками, забивается в ворота противника), автор с помощью *eine Art* поясняет, что данный вид спорта напоминает упрощенный хоккей без коньков.

б) новым предметом одежды:

(4) *Man trägt unter dem Anzug kein Hemd, sondern ein Tank-Top, eine Art ärmelloses Unterhemd* (Spiegel).

Автор статьи, знакомя читателей с модными тенденциями, старается с помощью данного кластера показать сходство модной на сегодняшний день майки с безрукавной рубашкой.

в) новые организации:

(5) [...] *die sich vor einem Jahr zur European Economic Advisory Group, einer Art europäischem Sachverständigenrat, zusammengeschlossen haben* (Spiegel).

Речь в статье идёт о Европейской экономической консультативной группе, которая, по мнению журналиста, напоминает Совет экономических экспертов при правительстве ФРГ (который также называют «советом мудрецов»).

г) новые проекты:

(6) *In Minneapolis im Bundesstaat Minnesota läuft ein Pilotprojekt, solche Programme auf öffentliche Schulen auszudehnen, in Minnesota gibt es eine Art Stiftung Warentest für Schulen* (Berliner Zeitung).

Автор знакомит читателей с пилотным проектом в Америке, который напоминает Штифтунг Варентест в Германии, однако этот проект тестирует школы (Stiftung Warentest – германский институт информации для потребителей, проводит сравнительные испытания качества различных товаров и потребительских услуг, руководствуясь при этом принципами объективности и независимости от производителей и торговых предприятий).

д) новые программы радио и телевидения:

(7) *Die Sendung "Sonnenstich" soll eine Art "Versteckter Kamera" im Urlaub sein* (Berliner Zeitung).

Кластер *eine Art* помогает представить читателю, чему посвящена новая передача "Sonnenstich", сравнив ее с "Versteckte Kamera". Можно предположить, что вторая упомянутая программа более популярна.

В подавляющем большинстве контекстов этот кластер предназначен главным образом для обозначения объекта (через значения подобия). Обозначить их можно конструкциями нечеткой номинации. В предложении они функционируют в качестве подлежащего или дополнения:

(8) *Eine Art Weltanschauung* (Der Tagesspiegel).

(9) *Durch den Spalt in der Tür sah er eine Art Altar, der aussah wie die Fan-Ecke eines 14-jährigen Mädchens* (Berliner Zeitung).

Журналисты осознанно используют приблизительное обозначение элемента, когда испытывают сложности при именовании объекта, действия. Так, сравнивая Европейский кинематограф с огромной пиццей, автор хочет показать читателям, что те режиссёры, которые полагают, что в одном фильме лучше всего соединить несколько жанров (словно на тесто положить много ингредиентов), могут быть разочарованы результатом:

(10) *Wer Europas Kino nun als eine Art Riesenpizza mit ganz viel drauf betrachtet, muss auch damit rechnen, dass viele Köche den Brei verderben könnten* (Berliner Zeitung).

Среди правых коллокаторов данного кластера находим как конкретные, так и абстрактные существительные. Среди конкретных существительных представлены неодушевленные предметные (*eine Art Akademie*); неодушевленные непредметные (*eine Art brandenburgisch-preußischer Mythologie*); собирательные (*eine Art Datenbank*); вещественные (*eine Art Riesenwurst*); одушевленные (*eine Art Projektleiter*); имена собственные (*eine Art junge Veronica Ferres*). Широко представлены в корпусе и абстрактные существительные (*eine Art Rache*). В работах, посвященных употреблению данных конструкций в художественных текстах XVIII-XX веков, показано, что в текстах более ранних периодов в роли главных существительных выступали преимущественно именно абстрактные существительные. Так, в текстах XVIII века их доля составила примерно 65%, а в текстах XIX века примерно половину корпуса примеров. Объясняется это, вероятно тем фактом, что переживания, эмоции, чувства зачастую с трудом поддаются формальному описанию. В современном корпусе их доля несколько снизилась, за счет активного использования конкретных существительных [Шубина, 2007].

3.2. Структурная организация кластера *eine Art*.

Большинство именных групп типа *eine Art N* без определения перед главным компонентом (*eine Art Glück*) не позволяют в современном немецком языке определить падеж второго существительного. У существительных мужского и среднего рода в настоящий период окончание *-s* в группах практически исчезло. В новонемецком языке у существительных женского рода падеж формально не выражен. Существительные так называемого «слабого» типа склонения *Übermensch* получают окончания в косвенных падежах и в группах *eine Art N* могут встречаться в основном без окончаний *eine Art von Übermensch*.

Если в качестве главных существительных употребляются существительные в единственном числе, то согласно нашим исследованиям, они все лишены окончаний во всех падежах.

Nominativ:	<i>eine Art Tisch</i> <i>eine Art von Tisch</i>
Akkusativ:	<i>eine Art Tisch</i> <i>eine Art von Tisch</i>
Dativ:	<i>mit einer Art Tisch</i> <i>mit einer Art von Tisch</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art Tisch</i> <i>wegen einer Art von Tisch</i>

Примечательно, что даже если компонент *eine Art* стоит в генитиве, то второй компонент все равно лишен типичного для него окончания *-s*:

(11) Während **einer Art Belagerungszustand** gelang es schließlich Mesina zwar zu fassen [...] (Die Zeit).

Исключением являются существительные слабого типа склонения, которые характеризуются наличием окончания *-en* в косвенных падежах. Однако и эти существительные лишены окончания в анализируемых группах. Даже наличие в группе предлога *von* не приводит к появлению флексии ни в прямом (примеры 12 и 13), ни в косвенном падеже (пример 14 и 15):

(12) Es ist **eine Art von Berufskollege** des Schmidt [...] (Die Zeit).

(13) Ein anderes Mal war im Gefolge Rudels ein fremder junger Mann, **eine Art von Adjutant** [...] (Die Zeit).

(14) Was für **eine Art Mensch** ist Laura Bush? (Berliner Zeitung).

(15) *Die einen haben dafür gesorgt, daß der Wal im Fernsehzeitalter zu **einer Art Mensch** der Meere wurde* (Berliner Zeitung).

Типичное окончание у существительных слабого типа склонения появляется лишь в расширенных цепочках, о которых речь пойдет позже.

(16) *Sich in weichen Linien brechende und auflösende Tanzsequenzen werden immer wieder von **einer Art barockem Narren** gestört und konterkariert* (Berliner Zeitung).

В конструкциях с множественным числом у второго компонента появляется типичное для датива окончание *-en*:

Nominativ:	<i>eine Art Gesetze</i> <i>eine Art von Gesetzen</i>
Akkusativ:	<i>eine Art Gesetze</i> <i>eine Art von Gesetzen</i>
Dativ:	<i>mit einer Art Gesetzen</i> <i>mit einer Art von Gesetzen</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art Gesetze</i> <i>wegen einer Art von Gesetzen</i>

Парадигма склонения сочетаний с субстантивированными прилагательными и причастиями в единственном числе выглядит так:

Nominativ:	<i>eine Art Heiliger</i> <i>eine Art von Heiliger</i>
Akkusativ:	<i>eine Art Heiligen</i> <i>eine Art von Heiliger</i>
Dativ:	<i>mit einer Art Heiligen</i> <i>mit einer Art von Heiliger</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art Heiliger</i> <i>wegen einer Art von Heiliger</i>

Приведённая классификация опирается на фактический материал и на рекомендации авторитетных немецких грамматик [Duden, 2006, 2009].

(17) *In diesem Moment hatte uns **eine Art von Heiliger** mit seinem Gefolge erreicht* (Die Zeit).

(18) *Hepp erhält Einladungen zu Vorträgen, wird sogar gefragt, ob er **eine Art von Lehrbeauftragter** in der Ausbildung von Gebärdendolmetschern werden wolle* (Die Zeit).

Для субстантивированных существительных женского рода и множественного числа парадигма склонения представляется следующим образом:

Женский род

Nominativ:	<i>eine Art Reisende</i> <i>eine Art von Reisende</i>
Akkusativ:	<i>eine Art Reisende</i> <i>eine Art von Reisende</i>
Dativ:	<i>mit einer Art Reisende</i> <i>mit einer Art von Reisende</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art Reisende</i> <i>wegen einer Art von Reisende</i>

Множественное число

Nominativ:	<i>eine Art Abgeordnete</i> <i>eine Art von Abgeordneten</i>
Akkusativ:	<i>eine Art Abgeordnete</i> <i>eine Art von Abgeordneten</i>
Dativ:	<i>mit einer Art Abgeordneten</i>

	<i>mit einer Art Abgeordneter</i>
	<i>mit einer Art von Abgeordneten</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art Abgeordneter</i>
	<i>wegen einer Art von Abgeordneten</i>

Благодаря продуктивным окончаниям прилагательного в современном немецком языке, ситуация в группах типа *eine Art (Adj+N)* выглядит иначе. Основными типами конструкции являются конструкции с генитивом (*eine Art gemeinsamen Traums*), с предлогом *von* с последующим дативом (*eine Art von gemeinsamem Traum*) и конструкции с падежным согласованием между двумя частями именной группы (*in einer Art gemeinsamem Traum*). Распределение типов конструкций в современном немецком языке определяется в основном грамматическими факторами, а именно падежной формой «вспомогательного существительного», а также числом и семантическим классом второго существительного.

Парадигма склонения субстантивных сочетаний типа *eine Art+AdjN* составлена нами на основе рекомендаций нормативных грамматик, собранного материала, опроса носителей языка и выглядит для существительных в единственном числе всех трех родов следующим образом (в этот перечень включены случаи, допускающие двойное толкование подчинительной связи):

Мужской род	
Nominativ:	<i>eine Art gemeinsamen Traums</i> <i>eine Art gemeinsamer Traum</i> <i>eine Art von gemeinsamem Traum</i>
Akkusativ:	<i>eine Art gemeinsamen Traums</i> <i>eine Art gemeinsamen Traum</i> <i>eine Art von gemeinsamem Traum</i>
Dativ:	<i>mit einer Art gemeinsamen Traums</i> <i>mit einer Art gemeinsamem Traum</i> <i>?mit einer Art gemeinsamen Traum</i> <i>mit einer Art von gemeinsamem Traum</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art gemeinsamen Traums</i> <i>wegen einer Art von gemeinsamen Traum</i>

Средний род	
Nominativ:	<i>eine Art ultravioletten Lichtes</i> <i>eine Art ultraviolettes Licht</i> <i>eine Art von ultraviolettem Licht</i>
Akkusativ:	<i>eine Art ultravioletten Lichtes</i> <i>eine Art ultraviolettes Licht</i> <i>eine Art von ultraviolettem Licht</i>
Dativ:	<i>mit einer Art ultravioletten Lichtes</i> <i>mit einer Art ultraviolettem Licht</i> <i>mit einer Art von ultraviolettem Licht</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art ultravioletten Lichtes</i> <i>wegen einer Art von ultraviolettem Licht</i>

Женский род	
Nominativ:	<i>eine Art fachlicher Abstimmung</i> <i>eine Art fachliche Abstimmung</i>

	<i>eine Art von fachlicher Abstimmung</i>
Akkusativ:	<i>eine Art fachlicher Abstimmung</i> <i>eine Art fachliche Abstimmung</i> <i>eine Art von fachlicher Abstimmung</i>
Dativ:	<i>mit einer Art fachlicher Abstimmung</i> <i>mit einer Art fachlichen Abstimmung</i> <i>mit einer Art von fachlicher Abstimmung</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art ultravioletten Lichtes</i> <i>wegen einer Art von ultraviolettem Licht</i>

Если в роли второго компонента представлено существительное во множественном числе, что встречается крайне редко, то перечень сочетаний выглядит следующим образом:

Nominativ:	<i>eine Art spanischer Reiter</i> <i>eine Art von spanischen Reitern</i> <i>?eine Art spanische Reiter</i>
Akkusativ:	<i>eine Art spanischer Reiter</i> <i>eine Art von spanischen Reitern</i> <i>?eine Art spanische Reiter</i>
Dativ:	<i>von einer Art spanischer Reiter</i> <i>von einer Art von spanischen Reitern</i>
Genitiv:	<i>wegen einer Art spanischer Reiter</i> <i>wegen einer Art von spanischen Reitern</i>

3.3. Структурная организация кластеров *so etwas wie* и *(so) etwas Ähnliches wie*.

Не менее интересно изучение речевых употреблений синонимичного кластера *so etwas wie* по корпусным примерам. Во-первых, следует отметить, что к данному сочетанию носители языка прибегают значительно реже, нежели к кластеру *eine Art*. Во-вторых, наблюдается употребление двух синонимичных средств хеджинга одновременно не только в одном предложении, но и вместе с одним главным существительным. В примере (19) и (20) можно с уверенностью утверждать, что автор статьи применил синонимы для того, чтобы избежать ненужных повторений одного и того же слова:

(19) *Er schuf Situationen, die so etwas wie ein Patt im Spiel herstellten: eine Art Stillstand im Lichtgewitter [...]* (Der Tagesspiegel).

(20) *Zu der Disco-Szene gibt es einen der härtesten Texte des Films, eine Art Rap, in dem ich sage, Filme seien so etwas wie Totenbücher* (Der Tagesspiegel).

Интересно, что также наблюдается употребление двух средств хеджинга одновременно перед одним существительным. Подобный прием позволяет либо дать максимально нейтральную и объективную оценку, либо дистанцироваться от оценки ситуации:

(21) *Irgendwie wird da ja von ihr doch so etwas wie eine Art Befreiung von der Geschichte erwartet* (Der Tagesspiegel).

В-третьих, кластер *so etwas wie* характеризуется иным объемом наполнения по сравнению с рассмотренным выше синонимом. Так, в состав кластера может входить существительное без артикля. Данная структурная модель *so etwas wie N* аналогична предыдущему кластеру *eine Art N*:

(22) *Verspüren Sie so etwas wie Prüfungsangst?* (Berliner Zeitung).

Следующая модель включает в себя определенный и неопределенный артикли, а также притяжательное местоимение, что не представлено в предыдущем сочетании.

Такая особенность организации лексической цепочки объясняется, на наш взгляд, отсутствием существительного в хедж-маркёре *so etwas wie*. Вероятно, появляющееся главное существительное на правах единственного существительного дополняется любым артиклем или местоимением. Кластер организован в этом случае по модели *so etwas wie* +A(P)+N.

(23) *“Sie sind fast so etwas wie meine Kinder”, sagt der Leiter der Arbeitsgemeinschaft (Berliner Zeitung).*

(24) *Jo Dina Erichetti zählt stolze 55 Jahre und ist so etwas wie die Front-Sängerin der Seniorenruppe (Berliner Zeitung).*

Аналогично своему синониму, главное существительное в цепочке с *so etwas wie* может распространяться и определением, выраженным прилагательным или причастием. Структурную модель можно изобразить как *so etwas wie* +Adj+N.

(25) *Diese Frage zu bejahen, hieße zu unterstellen, daß es bei den Westmächten überhaupt so etwas wie gemeinsam festgelegte Pläne dem Osten gegenüber gäbe (Die Zeit).*

В качестве определения может выступать и существительное в родительном падеже. Подобная структурная организация не представлена в конструкциях с *eine Art*. Модель будет выглядеть как *so etwas wie* +(Adj)+N+N:

(26) *Nicht zuletzt aus diesen Gründen ist Prag so etwas wie die Metropole der Banken und Börsen in Osteuropa geworden (Berliner Zeitung).*

Структурное разнообразие не ограничивается включением в состав цепочки разных частей речи. Распространяется кластер и целыми предложениями *so etwas wie* +Satz:

(27) *Der Intendantenwechsel in der Komischen Oper war beste, beinahe unverfängliche Gelegenheit, so etwas wie “Hände weg von der Komischen Oper!” zu rufen, ohne irgendetwas zum jetzigen Zeitpunkt definitiv zu versprechen (Berliner Zeitung).*

Таким образом, сочетание *so etwas wie* предлагает практически структурно неограниченные возможности лексического наполнения. Возникает в этой связи вопрос о количественном превосходстве сочетания с *eine Art*. Почему более жесткие рамки структуры не приводят к сокращению количества сочетаний, а напротив, доля этих сочетаний растет. Ответ на поставленный нами вопрос попытаемся найти в наших дальнейших исследованиях.

Корпусные данные показали, что обе конструкции обнаруживают неограниченные сочетаемостные возможности и выступают в предложении в виде подлежащего и дополнения:

(28) *So etwas wie Stolz schwingt in ihrer Stimme (Berliner Zeitung).*

(29) *Langsam, ganz langsam keimt In Sarajevo in den Menschen so etwas wie Hoffnung auf (Berliner Zeitung).*

Среди правых коллокаторов кластера представлены в нашем материале, как конкретные, так и абстрактные существительные. Среди конкретных существительных представлены неодушевленные предметные (*so etwas wie ein VW Käfer unter den Häusern*); неодушевленные неперечисленные (*so etwas wie Sprache*); собирательные (*so etwas wie eine globale Gemeinschaft*); вещественные (*so etwas wie Fleisch*); одушевленные (*so etwas wie ein Zweizonenminister*); имена собственные (*so etwas wie der Rudi Dutschke der Türkei*). Широко представлены в корпусе и абстрактные существительные (*so etwas wie gute Prokrastination*).

Употребление ещё одного синонимичного кластера вызвано также стремлением носителей немецкого языка давать в публицистическом дискурсе сбалансированную, непредвзятую характеристику событиям и явлениям, уклоняясь при этом от категоричных оценок. Корпусная статистика показывает, что сочетание *etwas Ähnliches wie* употребляется крайне редко, лишь в 0,1% случаев. Структурная организация

сочетаний напоминает скорее цепочку с *so etwas wie*, которая способна расширяться от одного существительного до целого предложения.

(30) *Willy Brandt wurde so etwas Ähnliches wie ihr deutscher Prophet* (Die Zeit).

(31) *Wenn er sich richtig erinnert, hat Fritz Walter dann so etwas Ähnliches wie "Lasst mich bloß in Ruh', Kinder" gesagt* (Der Tagesspiegel).

Сочетается данный хедж-аппроксиматор также с конкретными и абстрактными существительными. Среди конкретных существительных обнаруживаем неодушевленные предметные (*so etwas Ähnliches wie Schweizer Taschenmesser*); неодушевленные непредметные (*so etwas Ähnliches wie Deutsch*); собирательные (*so etwas Ähnliches wie meine zweite Familie*); вещественные (*so etwas Ähnliches wie Fleisch*); одушевленные (*so etwas Ähnliches wie Trainer*); имена собственные (*etwas Ähnliches wie Blair*). Широко представлены в корпусе и абстрактные существительные (*so etwas Ähnliches wie Verständnis*).

Более низкая частотность, вероятно, связана с наличием в сочетании субстантивированного прилагательного. Данная конструкция в связи с этим представляется носителям языка несколько громоздкой для хеджинга в отличие от предыдущих сочетаний.

Таблица 3. Кластеры и их модели

кластеры	eine Art (von)...	so etwas wie...	(so) etwas Ähnliches wie...
модели кластеров			
+N	eine Art Hemd	so etwas wie Hemd	(so) etwas Ähnliches wie Hemd
+(A)P+N	–	so etwas wie (mein) (das) Hemd	so etwas Ähnliches wie (mein) (das) Hemd
+Adj+N	eine Art ärmelloses Hemd	so etwas wie ärmelloses Hemd	so etwas Ähnliches wie ärmelloses Hemd
+(A)P+Adj+N	–	so etwas wie das ärmellose Hemd	so etwas Ähnliches wie das ärmellose Hemd
+Adj+N+(A)P+N	eine Art ärmelloses Hemd des Herrn	so etwas wie ärmelloses Hemd des Herrn	so etwas Ähnliches wie ärmelloses Hemd des Herrn
+Satz	–	so etwas wie "Hände weg von der Komischen Oper!"	so etwas Ähnliches wie "Hände weg von der Komischen Oper!"

Из приведенной таблицы становится понятным, что наиболее частотный хедж-элемент не позволяет сильно расширять кластер. Вместе с этим, ограниченная по величине структура не препятствует его широкому распространению в анализируемых текстах.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Все СМИ, включая печатные, не ограничиваются лишь описанием событий, которые происходят вокруг нас, а выражают свое отношение к данным событиям. Выражается отношение с помощью модусных категорий, а именно: эвиденциальности, модальности, оценочности и других. Категория оценочности позволяет адресанту выразить различные виды оценок: пространственные, временные, аксиологические. В том случае, если говорящий не обладает точными знаниями об объекте номинации или

же он стремится выразить свое мнение некатегорично, он может использовать так называемую аппроксимативную (приблизительную) оценочность. Журналисту важно помнить о таких важных качествах, как ответственность, порядочность и эрудиция. Ответственность должна проявляться на всех этапах журналистской деятельности – от поиска источников информации до ее передачи читателю, которая и отличает профессионала от блогера. Помимо этого, журналист должен соответствовать профессиональным стандартам, к которым относятся: разделение факта и комментария; осторожное использование версий (особенно если это касается острых конфликтных ситуаций); этичность позиции; сбалансированность точки зрения; использование достаточного количества конкретных, а не анонимных источников; оперативность (но, в то же время и осмотрительность); правдивость (способность признавать ошибки); толерантность.

Рассмотренные в нашей работе средства хеджинга, выполняющие в публицистическом дискурсе прагматико-коммуникативную функцию и позволяют авторам статей ограничить степень уверенности или сомнения о подлинности факта, так как иногда отсутствуют сведения о называемом денотате. Еще одна причина, которая побуждает автора использовать эти маркеры – намеренное приблизительное обозначение, окрашенное авторскими намерениями (часто – эвфемистического плана). Данные хедж-элементы способны минимизировать риски ошибочного высказывания. Они сигнализируют дистанцию, осторожность и дипломатичность и направлены на бесконфликтную коммуникацию. При этом не исключается и манипуляция реципиента. Грамотное владение описанными в нашей работе хедж-аппроксиматорами в дискурсе масс-медиа даёт журналисту существенное преимущество над теми, кто «не стесняется в выражениях».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бочарова Е.С. Функционально-семантическое поле аппроксимации в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2001.
2. Горина О.Г., Храброва В.Е. Лингвистический хеджинг как коммуникативная структура (в русле корпусных исследований) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. Т. 15. № 3. С. 44-53.
3. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русистика. Берлин: Philology.ru, 1994. № 1-2. С. 28-49.
4. Пристинская Т.М. Проблема номинации со значением приблизительности в лингвистических исследованиях // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2005. № 4. С. 161-164.
5. Сорокин Ю.Е. Синтаксические конструкции приблизительной оценки в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1988.
6. Шкот И.Л. Языковые средства выражения аппроксимации в современном английском языке // Вестник Киевского университета. Романо-германская филология. Киев: КГУ, 1984. Вып. 13. С. 25-27.
7. Шубина Э.Л. Проблема нормы и вариативности в немецком языке на уровне словосочетаний типа Nquant+AdjN и eine Art+AdjN (по материалам художественной литературы XVII-XX веков, современной прессы и экспериментальных данных): дис. ... д-ра филол. наук. Москва, 2007.
8. Biber D., Johansson S., Leech G., Conrad S., Finegan E. Longman grammar of spoken and written English. Pearson Education Limited, 1999.

9. Dönninghaus S. Die Vagheit der Sprache/Begriffsgeschichte und Funktionsbeschreibung anhand der tschechischen Wissenschaftssprache. Harrassowitz Verlag Wiesbaden, 2005.
10. Duden. Richtiges und gutes Deutsch: Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle. 5., neu bearb. u. erw. Aufl. Mannheim etc.: Dudenverlag, 2001 (Der Duden in 12 Bd.: Das Standardwerk zur Deutschen Sprache; Bd. 9).
11. Duden. Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch. 8., überarbeitete Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Mannheim u.a.: Dudenverlag (Duden Band 4), 2009.
12. Dürscheid Ch., Businger M. Schweizer Standarddeutsch // Beiträge zur Varietätenlinguistik. Tübingen: Narr, 2006. S. 131-161.
13. Farr F., Murphy B., O'Keeffe A. The Limerick corpus of Irish English: design, description and application // Corpora, varieties and the language classroom. Special edition of Teanga 21. Dublin: IRAAL, 2004. P. 5-29.
14. Knight D., Adolphs S., Carter R. Formality in digital discourse: a study of hedging in CANELC // Yearbook of corpus linguistics and pragmatics 2013: new domains and methodologies / Ed. by J. Romero-Trillo. S. 1: Springer Netherlands, 2013. P. 131-152.
15. Lakoff D. Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts // Journal of philosophical logic. 1972. № 2(4). P. 458-508.
16. Prince E.F., Frader J., Bosk C. On hedging in physician-physician discourse // Linguistics and the professions / Ed. by R.J. di Pietro. Norwood/New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1982. Vol. 8. P. 83-97.
17. Schmidlin R. Die Vielfalt des Deutschen: Standard und Variation. Gebrauch, Einschätzung und Kodifizierung einer plurizentrischen Sprache. Berlin/Boston: De Gruyter, 2011. XIII. Studia linguistica Germanica.
18. Rounds P. Hedging in written academic discourse: precision and flexibility. Michigan: The University of Michigan. Mimeo, 1982.
19. Verschueren J. Metapragmatics and universals of linguistic action // Linguistic action: some empirical-conceptual studies. Norwood (N.J.): Ablex, 1987. P.125-140.

REFERENCES

1. Biber, D., Johansson, S., Leech, G., Conrad, S., & Finegan, E. (1999). *Longman grammar of spoken and written English*. S. 1: Pearson Education Limited.
2. Bocharova, E.S. (2001). *Funkcional'no-semanticheskoe pole approksimacii v sovremennom anglijskom yazyke [Functional semantic field of approximation in the contemporary English] (Candidate thesis)*. Pyatigorsk State Linguistic University, Pyatigorsk, Russia (in Russian).
3. Dönninghaus, S. (2005). *Die Vagheit der Sprache/Begriffsgeschichte und Funktionsbeschreibung anhand der tschechischen Wissenschaftssprache [The Vagheit of the language/term history and description of function on the basis the Czech science language]*. Harrassowitz Verlag Wiesbaden (in German).
4. Duden. (2006). *Richtiges und gutes Deutsch: Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle [Correct and good German: dictionary of the linguistic cases of doubt]*. 5., neu bearb. u. erw. Aufl. Mannheim etc.: Dudenverlag. (Der Duden in 12 Bd.: Das Standardwerk zur deutschen Sprache; Bd. 9.) (in German).
5. Duden. (2009). *Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch [The grammar. Indispensably for correct German]*. 8., überarbeitete Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Mannheim u.a.: Dudenverlag (Duden Band 4) (in German).
6. Dürscheid, Ch., & Businger, M. (2006). Schweizer Standarddeutsch. *Beiträge zur Varietätenlinguistik*, Tübingen: Narr, 131-161 (in German).

7. Farr, F., Murphy, B., & O'Keeffe, A. (2004). The Limerick corpus of Irish English: design, description and application. In F. Farr, & A. O'Keeffe (Eds.). *Corpora, varieties and the language classroom. Special edition of Teanga 21* (pp. 5-29), Dublin: IRAAL.
8. Gorina, O.G., & Hrabrova, V.E. (2017). Lingvisticheskij hedzhing kak kommunikativnaya struktura (v rusle korpusnyh issledovanij) [Linguistic hedzhing as communicative structure (in the course of hull of experiments)]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Linguistics and intercultural communication]*, Vol. 15, No 3, 44-53 (in Russian).
9. Knight, D., Adolphs, S., & Carter, R. (2013). Formality in digital discourse: a study of hedging in CANELC. In J. Romero-Trillo (Eds.). *Yearbook of corpus linguistics and pragmatics 2013: new domains and methodologies* (pp. 131-152), S. l: Springer Netherlands.
10. Krysin, L.P. (1994). Evfemizmy v sovremennoj russkoj rechi [Euphemisms in the contemporary Russian speech]. *Rusistika, Berlin: Philology.ru, No 1-2*, 28-49 (in Russian).
11. Lakoff, D. (1972). Hedges: a study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. *Journal of Philosophical Logic, No 2(4)*, 458-508.
12. Prince, E.F., Frader, J., & Bosk, C. (1982). On hedging in physician-physician discourse. *Linguistics and the professions, Norwood/New Jersey: Albex Publishing Corporation, Vol. 8*, 83-97.
13. Pristinskaya, T.M. (2005). Problema nominacii so znacheniem priblizitel'nosti v lingvisticheskikh issledovaniyah [Problem of nomination with approximation value in the linguistic studies]. *Gumanitarnye i social'no-ekonomicheskie nauki [Humanities and socio-economic sciences]*, No 4, 161-164 (in Russian).
14. Rounds, P. (1982). *Hedging in written academic discourse: precision and flexibility*. Michigan: The University of Michigan. Mimeo.
15. Schmidlin, R. (2011). *Die Vielfalt des Deutschen: Standard und Variation. Gebrauch, Einschätzung und Kodifizierung einer plurizentrischen Sprache [The variety of German: standard and variation. Use, estimate and coding of a pluricentral language]*. Berlin/Boston: De Gruyter, XIII. (Studia linguistica Germanica 106) (in German).
16. Sorokin, Yu.E. (1988). *Sintaksicheskie konstrukcii priblizitel'noj ocenki v sovremennom anglijskom yazyke [Syntactic constructions of approximate estimation in the contemporary English] (Candidate thesis)*. V.I. Lenin Moscow State Pedagogical Institute, Moscow, Russia (in Russian).
17. Shkot, I.L. (1984). Yazykovye sredstva vyrazheniya approksimacii v sovremennom anglijskom yazyke [Linguistic means of the expression of approximation in the contemporary English]. *Vestnik Kievskogo universiteta. Romano-germanskaya filologiya [Bulletin of Kiev University. Romano-Germanic philology]*, Kiev: KGU, Vol. 13, 25-27 (in Russian).
18. Shubina, E. (2007). *Problema normy i variativnosti v nemeckom jazyke na urovne slovosochetaniy tipa Nquant+AdjN i eine Art+AdjN (po materialam hudozhestvennoj literatury XVII-XX vekov, sovremennoj pressy i jeksperimental'nyh dannyh), [Problem of standard and variability in the German language at the level of word combinations of the type Nquant+AdjN and eine Art+AdjN (based on materials of the artistic literature of 17-20 centuries, contemporary press and experimental data)] (Doctoral thesis)*. M.V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia (in Russian).
19. Verschueren, J. (1987). Metapragmatics and universals of linguistic action. *Linguistic action: some empirical-conceptual studies, Norwood (N.J.): Ablex*, 125-140.

HEDGE APPROXIMATORS AS PROFESSIONAL TOOLS OF GERMAN MASS MEDIA DISCOURSE

Elvira L. Shubina

*Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University) of the Ministry of Foreign Affairs of Russia
elvira.shubina@mail.ru*

The purpose of this paper is the analysis of German mass media texts to investigate into hedge approximators. Synonymous analytical constructions *eine Art ... (a kind of); so etwas wie ...; (so) etwas Ähnliches wie ...* are used to achieve certain pragmatic purposes the discourse of mass media. The most frequent word combination is *eine Art...*. The structural organization of such combinations is regulated by specific rules. The majorities of nominal groups of the *eine Art N* type without an attribute preceding the main component (*eine Art Glück*) do not allow to determine the case of the second noun in modern German. Nouns of all three genders, including noun of the weak type of declination, do not have inflexions. The case form of the main word in the phrase is revealed by expanding the cluster with an attribute. The basic types of such constructions are constructions with the genitive case (*eine Art gemeinsamen Traums*), construction with the preposition *von* and a noun in the dative case (*eine Art von gemeinsamem Traum*) and constructions with the case agreement between the two parts of the nominal group (*in einer Art gemeinsamem Traum*). The distribution of these types of constructions in the contemporary German language is determined in essence by grammatical factors, namely by the oblique form of the “auxiliary” noun and also by the number and by the semantic class of the second noun.

All three synonymous clusters are used both with concrete and abstract nouns. These hedge markers make possible for authors of articles to limit the degree of confidence or doubt about the authenticity of the described fact, since sometimes there is no information about the nominated object, the risks of an erroneous statement being significantly minimized. Hedge markers show that the author is detached, careful, diplomatic and aims at avoiding conflictual situations.

Key words: hedging, German, mass media discourse, communication, syntax