

Чепурна З. В.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ У НІМЕЦЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

У статті йдеться про поняття «модальність» загалом та про модальну характеристику німецької публіцистики на прикладі публікації у німецькому популярному часописі «Cosmopolitan». Розглядаючи характеристику модальності за В. Кириловим у логіці і маючи певні уявлення про таку модальність, авторка переходить до поняття модальності в рамках мовознавчої науки, зупиняючись при цьому на епістемічній, деонтичній, алетичній модальності, що виступає підґрунтям для подальших її досліджень. У статті запропоновано визначення модальності за В. Ярцевою, де модальність – це функціонально-семантична категорія, яка виражає різні види відношення висловлювання до дійсності. Вона є мовною універсалиєю та належить до основних категорій природної мови. Термін модальності використовується для позначення широкого кола явищ, які є неоднорідними за смисловим об'ємом, граматичними властивостями та ступенем оформлення на різних рівнях мовної структури. Аналіз модальної характеристики публіцистичного тексту, в якому вона виражена особливо яскраво, наочно демонструє принципи когнітивних викривлень та інтерпретації єдиної реальності, які базуються на особливостях сприйняття людиною світу та орієнтацію на реципієнта поданої інформації. І саме маркери модальності дають нам змогу зробити висновок щодо рівня суб'єктивності того чи іншого судження. Авторка підкреслює, що смислову основу суб'єктивної модальності формує поняття оцінки в широкому значенні, охоплюючи не лише логічну (інтелектуальну, раціональну) кваліфікацію повідомлення, а й різні види емоційної (ірраціональної) реакції. У статті робиться висновок, що об'єктивна модальність, яка відображає фактичні категорії дійсності, закладена в кожне висловлювання. Вона є невід'ємним компонентом речення, незалежно від його змістового наповнення.

Ключові слова: публіцистичний текст, модальна характеристика, судження, епістемічна, деонтична, алетична модальність.

Постановка проблеми. Модальність є комплексним поняттям, що виступає важливою категорією багатьох наукових галузей, серед яких фігурують філософія, логіка та лінгвістика. Це пояснює багатозначність модальності як терміна та вказує на її широке варіативне тлумачення, яке залежить від підходу до вивчення питання та аспектів, які висвітлює та чи інша наука. Модальність – характеристика судження в залежності від ступеню встановленої ним достовірності, тобто від того, чи в ньому стверджується вірогідність, дійсність або необхідність чого-небудь. Це одна з найважливіших властивостей судження, адже вона виражає ступінь значущості тієї чи іншої ознаки певного предмета.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одне з найширших тлумачень модальності, на нашу думку, існує у логіці. Отже, буде доцільно детально розглянути основні поняття модальної логіки для більш чіткого розуміння модальності

у лінгвістиці, адже цим поняттям займалося багато науковців серед яких поміж інших зустрічаємо праці В. Виноградова, Н. Черняк, С. Халин, Т. Гусакової, Л. Суворової, В. Кириллов, В. Ярцевої, Л. Мельникової.

Метою нашої публікації є:

- з'ясування трактування поняття «модальність» стосовно німецького речення загалом;
- проаналізувати можливості вираження модальності на прикладі статті журналу «Cosmopolitan».

Виклад основного матеріалу. Відмінності між судженнями за модальністю встановлюються не суб'єктивним бажанням, а тим, наскільки ґрунтовні та реалістичні способи встановлення та пояснення реальності [1, 2013, с. 388–393].

Модальність – це пов'язана з кожним судженням явно або неявно виражена додаткова інформація щодо умов істинності, ступеню обґрунтованості, відповідності судження певним нормам та цінностям реальності [2, с. 184–192].

Модальність – це явно чи неявно виражена в судженні додаткова інформація щодо ступеня його обґрунтованості, логічного чи фактичного статусу, регулятивних, оціночних та інших його характеристик. Модальні характеристики судження зазвичай виражаються парними категоріями: *необхідність – випадковість*, *обов'язок – заборона*, *доведено – спростовано*. Одна з таких характеристик вважається сильною, а інша визначається через заперечення першою і виступає слабою. Сильна характеристика може бути позитивною або заперечною.

Розглянемо класифікацію В. Кирилова, який виділяє три основні види модальності у логіці: епістемічну, деонтичну та алетичну.

Епістемічна модальність – це виражена в судженні інформація щодо підстав її прийняття та ступені її обґрунтованості.

Деонтична модальність – це характеристика суджень щодо вчинків людей з точки зору їх відповідності нормам моралі чи права, традиціям, кодексам поведінки [2, с. 184–192].

Алетична модальність – це виражена в судженнях з точки зору необхідності – випадковості або можливості – неможливості інформація щодо логічної або фактичної детермінованості (обумовленості) судження. На думку В. Кирилова існує два підтипи алетичної модальності: *необхідність – випадковість* або *можливість – неможливість*.

С. Халин, Т. Гусакова та Л. Суворова виділяють ще і четвертий вид модальності, який має особливу цінність для подальшої роботи. Аксіологічна модальність – це характеристика судження з точки зору відношення тої чи іншої людини до його змісту. В основі такого відношення лежить шкала особистісних оцінок людиною дійсності. Це відношення може бути виражене такими характеристиками: *добре, погано, подобається, байдуже*. Якщо аксіологічна модальність суджень співпадає у декількох або навіть багатьох людей, вона може поширитись та набути відповідну деонтичну модальність, яка виражається в нормах моралі чи права. Виникають досить часті протиріччя між аксіологічною та іншими видами модальностей, які були висвітлені вище, що варто враховувати при оцінці суджень.

Аби витлумачити модальність з точки зору лінгвістики, звернемося до кількох авторитетних джерел.

В. Ярцева у великому енциклопедичному словнику пропонує наступне визначення. *Модальність* – це функціонально-семантична категорія, яка виражає різні види відношення

висловлювання до дійсності. Вона є мовною універсалією та належить до основних категорій природної мови. Термін *модальності* використовується для позначення широкого кола явищ, які є неоднорідними за смисловим об'ємом, граматичними властивостями та ступенем оформленості на різних рівнях мовної структури. До сфери модальності відносять:

- протиставлення висловлювань за характером їх комунікативної мети (*ствердження – питання – спонукання*);
- протиставлення за ознакою *ствердження – заперечення*;
- градації в діапазоні *реальність – ірреальність*; (*реальність – гіпотетичність – ірреальність*);
- різний *ступінь впевненості* мовця в достовірності думки щодо дійсності;
- різні видозміни зв'язків між підметом та присудком, які виражаються лексичними засобами (*«хоче», «може», «повинен», «потрібно»*) [3, с. 174].

В. Виноградов тлумачить модальність таким чином: зважаючи на те, що речення, відображаючи дійсність в її практичній суспільній свідомості, виражає віднесеність (відношення) змісту мовлення до дійсності, то з реченням та різноманіттям його типів тісно пов'язана категорія модальності. Кожен цілісний вираз думки, почуття, спонукання, відображаючи дійсність в тій чи іншій формі висловлення, наділяється однією з існуючих у певній системі мови інтонаційною схемою речення та виражає одне з тих синтаксичних значень, які разом формують категорію *модальності* [4, с. 3–4]. І. Гальперін зауважує, що *модальність* в тій чи іншій мірі притаманна кожному висловленню. Оскільки відношення мовця до дійсності може бути виражене різними засобами – формально граматичними, лексичними, фразеологічними, синтаксичними, інтонаційними, композиційними, стилістичними – модальність виявляється категорією, яка притаманна мові в дії, тобто мовленні, а тому виступає самою суттю комунікативного процесу [5, с. 23]. Варто розрізняти два види модальності, які протиставляються одна одній: об'єктивну та суб'єктивну модальності.

Об'єктивна модальність – це обов'язкова ознака будь-якого висловлення, одна з категорій, яка формує предикативну одиницю – речення. Вона виражає відношення повідомлення до дійсності в плані реальності (здійсненості) та ірреальності (нездійсненості) [3, с. 168].

Суб'єктивна модальність – це відношення мовця до повідомлення. На відміну від об'єктивної модальності, вона є факультативною ознакою висловлення.

Заглиблюючись у тему модальності, варто виділити її три основні групи з точки зору лінгвістики, за допомогою яких виражається загальний оціночний спектр думки, що втілюється в висловленні. Отже, повертаючись до попередніх обґрунтувань, пропонуємо наступну диференціацію модальності: епістемічна, деонтична, алетична.

Епістемічна модальність – це категорія, яка описує думку мовця по відношенню до *пропозиції*, виражає знання мовця про інформацію, яка повідомляється у висловленні, та його відношення до неї з точки зору її достовірності. Якщо тлумачити поняття епістемічної модальності більш вузько, то це оцінка вірогідності того, що певна можлива ситуація відбулась, відбувається або буде відбуватись [6]. Мовець може знати про існування або відсутність певного явища, або не мати достатньої кількості інформації щодо цього. В кожному з цих випадків лише мовець вирішує, як він представить в своїх висловленнях відношення інформації, якою він володіє, до дійсності. Якщо він повністю впевнений у якомусь факті, тоді він кваліфікує його як фактичний.

Таким чином епістемічні висловлення, необхідні або можливі для всіх ситуацій, за Л. Мельниковою мають такий підтекст:

1) він повинен бути вдома (= швидше за все він вдома);

2) він може бути вдома (= а може й не бути).

Деонтична модальність – це категорія, яка описує *необхідність* або *можливість* дій, які здійснюються морально відповідальними суб'єктами (мовцями, які вповноважені робити певні висловлення та несуть за них відповідальність). Такий тип модальності виражає ступінь відповідності ситуації у висловленні морально-етичним побажанням мовця (від абсолютної необхідності до повної небажаності або морально-етичної неприйнятності). Деонтичні висловлення, необхідні або можливі в усіх можливих моральних чи легальних світах, передбачають такий зміст [6]:

– він повинен бути вдома (= він зобов'язаний буди вдома); – він може бути вдома (= йому дозволено бути вдома).

Алетична модальність – це категорія, яка спирається на поняття *істинно* – *хибно*. Висловлення з таким типом модальності виражають констатацію факту та мають на меті представити дійсність такою, яка вона є. Вони реалізуються

в усіх можливих світах. Прикладом є тлумачення таких висловів:

– йому потрібно зробити це самостійно (= необхідно, щоб зробив самостійно); – він може зробити це самостійно (= він здатен, у змозі зробити самостійно) [6].

Поняття модальності у лінгвістиці має безліч паралелей з логікою, хоча і висвітлює цю категорію з дещо іншої сторони. Тим не менш, беручи за основу тлумачення обох наукових галузей, ми отримуємо детальнішу картину питання модальності. Модальність може передаватися на різних рівнях мови. Для кожної мови засоби її передачі відрізняються, хоча загальні тенденції часто виявляються достатньо схожими. Така різниця пояснюється відмінностями систем мов загалом, а схожість – категоріями мислення, які притаманні всім людям, але реалізуються в мові різними шляхами. Оскільки нас цікавить модальна характеристика німецького речення, ми розглянемо засоби саме цієї мови.

Формально модальність у мові передається за допомогою граматичних та лексичних засобів. Основними з них є, на думку лінгвістів, *займенники, модальні слова, частки, модальні дієслова та дієслова, які висловлюють певні думки*, тобто несуть *відповідне* смислове навантаження.

Займенники вказують на сторону, що породжує висловлення. Автор може використовувати різні займенники для досягнення потрібного *впливу* на реципієнта. Займенник 1-ої особи однини *ich* акцентує увагу на власній позиції автора. Таким чином мовець пояснює реципієнту своє розуміння ситуації та власну точку зору, що може вказувати на високий ступінь суб'єктивності у висловленні. Займенник 1-ої особи множини *wir* демонструє зв'язок між автором висловлення та реципієнтом та викликає у слухача/читача відчуття одного цілого з мовцем. Також варто згадати неозначено-особовий займенник *man*. Його автор може використовувати для того, щоб не акцентувати увагу на власній особі та зменшити свою «присутність» у висловленні. Він апелює до реципієнта від невідомої особи. Також можливе використання займенників в різних відмінках.

Модальні слова є чи не найбільш вживаними засобами передачі модальності у німецькій мові. Вони виражають суб'єктивно-модальну оцінку події мовцем. Передається не суть події, а лише власне відношення мовця до неї [7, с. 184–192]. Г. Хельбіг та Й. Буша поділяють модальні слова на кілька семантичних субкласів. Вони роблять це на основі присутності чи відсутності таких

ознак: *фактичність, посилання на автора, посилання на суб'єкт та емоційність*. Отже, розглянемо субкласи:

1) [–фактичність] [+посилання на автора] [–посилання на суб'єкт] [–емоційність]: *hoffentlich, kaum, möglicherweise, scheinbar, vermutlich, vielleicht, wahrscheinlich, wohl...*

2) [+фактичність] [+посилання на автора] [–посилання на суб'єкт] [–емоційність]: *allerdings, augenscheinlich, bestimmt, evidentermaßen, fraglos, gewiss, natürlich, offensichtlich, tatsächlich, unbedingt...*

3) [+фактичність] [+посилання на автора] [–посилання на суб'єкт] [+емоційність]: *bedauerlicherweise, erfreulicherweise, anerkennenswerterweise, ärgerlicherweise, gottlob, leider, glücklicherweise...*

4) [+фактичність] [+посилання на суб'єкт] [від] [±посилання на автора] [–емоційність]: *dummerweise, freundlicherweise, fälschlicherweise, klugerweise, richtigerweise, vorsichtigerweise...*

5) [+фактичність] [+посилання на суб'єкт] [для] [±посилання на автора] [–емоційність]: *beschämenderweise, günstigerweise, nützlicherwise, schädlicherwise...*

6) [–фактичність] [+посилання на суб'єкт] [невпевненість] [±посилання на автора] [–емоційність]: *angeblich, vorgeblich...*

На основі цих слів виникають різні модальні фрази: *allem Anschein nach, aller Wahrscheinlichkeit nach, ohne Zweifel*. Також варто згадати такі фрази, які не мають прямого лексичного відповідника серед модальних дієслів: *meinem Erachten nach, nach meiner Ansicht*.

Частки не мають достатнього семантичного змісту, тому виступають лише як певні індикатори. Особливістю є те, що неможливо чітко визначити їх значення, не маючи контексту. Воно може змінюватись і в залежності від типу речення. Модальні частки допомагають виявити прагматичну направленість висловлення, зрозуміти мету та наміри мовця, його очікування від партнера комунікації. Розглянемо, як деякі з них визначають Г. Хельбіг та Й. Буша [7, с. 184–192].

Частка *doch* у розповідному реченні виражає непевне твердження, яке мовець намагається нав'язати реципієнту. – *Er arbeitet doch fleißig, (oder etwa nicht?)*. Також ця частка може підкреслювати у розповідному або питальному реченні посилання на вже відоме, але в чому мовець і сам невпевнений і тому хоче уточнити. – *Wir müssen doch morgen nach Berlin (ich hatte es ganz vergessen)*.

Доволі близьким до попереднього значенням є наголошення на сумнівах, від яких автор висловлення хоче позбутися. – *Das schaffst du doch bis morgen? (Ich nehme an, und möchte mich noch einmal vergewissern, dass du das bis morgen wirklich schaffst)*.

Частка *doch* може вказувати на протиставлення попередньому виразу – *Wir müssen doch morgen nach Berlin, (trotz unseres gegenteiligen Wunsches)*. Частка *wohl* у розповідному реченні вказує на обмежену обізнаність або применшує значення висловлення – *Hat er das Buch wohl gelesen?*

Частка *schon* виражає переконаність у правильності певного положення справ, але одночасно з цим применшує значення цього факту. – *Er arbeitet schon fleißig. (aber bisher ohne rechten Erfolg)*.

У спонукальних реченнях ця частка вказує на заклик до дії, підтримку та спонукування, підкреслюючи нетерпіння мовця. – *Schreib ihm schon! (überwinde dich!)*.

У риторичних запитаннях *schon* акцентує увагу на сумнівах та неможливості змінити певні факти. – *Wer konnte ihm schon helfen? (Niemand konnte ihm helfen)*.

Ми не будемо зупинятися у нашій статті на об'єктивній і суб'єктивній модальності модальних дієслів *wollen, sollen, müssen, können, dürfen, mögen*, які поряд зі своїми основними значеннями можуть виражати різні відтінки припущення та сумнівів, оскільки ця тема, на нашу думку, досить глибоко проаналізована у наукових колах лінгвістів.

Окрім модальних дієслів для передачі модальності можуть використовуватися дієслова, які позначають вираження думки. Частіше за все вони вказують на джерело певної інформації у висловлюванні. Основними є дієслова мислення, говоріння, невпевненості та вираження згоди/незгоди. До дієслів мислення можна віднести: *denken, nachdenken, überlegen, sinnen, erwägen, überdenken, ausknobeln, austüfteln, ausgrübeln* тощо. До дієслів говоріння належать: *sagen, sprechen, reden, erklären, äußern, ausdrücken, erzählen, informieren, mitteilen, deutlich machen, befehlen, verordnen, behaupten, erwähnen* тощо. Для вираження невпевненості можуть задіяти: *zweifeln, bezweifeln, schwanken, wanken, hoffen*. Серед дієслів вираження згоди можна виділити: *zustimmen, akzeptieren, annehmen, anerkennen, befürworten, begrüßen, bejahen, bestätigen, erlauben, unterstützen, übereinstimmen* тощо. Для вираження незгоди можуть використовувати: *widersprechen*,

widerreden, opponieren, widersagen, zurückweisen, ablehnen, verneinen, kritisieren, verurteilen тощо.

Синонімічний ряд до таких дієслів будують номінальні конструкції. Ось деякі з них: для вираження мислення: *sich Gedanken machen, der Ansicht/Meinung sein, in Betracht/Erwägung ziehen, ins Auge fassen*; для вираження говоріння: *Bescheid geben, zum Ausdruck bringen, in Worte fassen, in Kenntnis setzen*; для вираження невпевненості: *in Zweifel ziehen, mit einem Fragezeichen versehen, in Frage stellen, Zweifel äußern*; для вираження згоди: *der gleichen Meinung sein, Schützenhilfe geben/gewähren, grünes Licht geben, sein Einverständnis/seine Einwilligung geben*; для вираження незгоди: *Kritik üben, Anstoß nehmen, sich in Widersprüche verwickeln, Kontra geben, im Widerspruch stehen*.

Можна побачити, що в німецькій мові модальність може виражатися за допомогою безлічі формальних засобів. Зробивши їх огляд в межах німецького речення, перейдемо до глобальнішого розуміння модальності в тексті в цілому.

Дослідження модальності публіцистичних текстів потребує комплексного підходу та врахування нюансів на різних рівнях мовної структури. Важливим фактором крім того виступає тематична різноманітність публіцистичних текстів, які створюються з розрахунком на певну аудиторію, яка варіюється за віком, статтю, соціально-демографічними ознаками, інтересами, професією тощо.

Охопити усі види цільових аудиторій в рамках нашої публікації не є можливим, тому ми проаналізуємо модальну характеристику на такому публіцистичному тексті, де її особливості, на нашу думку, виражені найяскравіше. Для нашого розгляду ми обрали статтю з тематикою «щастя» у журналі «Cosmopolitan». Це міжнародний жіночий журнал, який був заснований у 1886 році та спочатку позиціонував себе як сімейний, а згодом і літературний журнал.

Отже, розглянемо статтю у журналі Cosmopolitan з назвою «*Erfolg durch Entrümpeln: Das solltest du dir dringend abgewöhnen, um richtig glücklich zu sein*». Автор статті Тереза Хаген, тобто жінка, яка пише переважно для жіночої аудиторії.

Назва одразу ж задає тон для сприйняття статті загалом. По-перше, авторка звертається до читача неформально, використовуючи займенник *du*. Таким чином вона виступає в ролі швидше подруги, ніж експерта. По-друге, присутнє яскраве емоційне забарвлення, що підсилюється модальним дієсловом *solltest* та часовою вказівкою *dringend*. Окрім того помітна аксіологічна модальність, адже автор оцінює свої поради як

справді корисні, вводячи слово *richtig*. Схожу оцінку можна знайти й уреченні: «*So gewöhnst du dir diese Angewohnheiten ab und tauscht sie gegen neue und bessere ein*». Маркером цієї оцінки виступає слово *bessere*.

Доцільним буде звернути увагу на спрямованість першої поради: «*Diese „Mist, brauche ich eigentlich gar nicht“ – Enttäuschung danach kennt jeder besser, als ihm lieb ist*». Це речення висвітлює інформацію про сприйняття реалій кожної жінки, на що вказують займенник *jeder* та розповідь від першої особи *ich*, з яким ототожнює себе сама аудиторія. Використання емоційно забарвленого слова *Mist* створює неформальну атмосферу діалогу автора та читача. Далі присутнє посилання на авторитетну думку з зазначенням імені експерта: «*Und es kommt noch ärgerlicher, mit einem psychologischen Beweis: „Das Glücksgefühl nach einem Impulskauf hält nur für eine halbe Stunde an“, weiß Verhaltenstherapeutin Cordula Leddin*». Згадується ще одне ім'я, яке є авторитетним в обмеженому колі: «*Für den Fall, dass überall Sale-Schilder locken, hat Bloggerin Leandra Medine („The Man Repeller“) den ultimativen Fragen-Fahrplan entwickelt: Will ich das Teil wirklich haben?*». Авторка продовжує посилається на слова раніше згаданого експерта й у наступних порадах. Цікаво, що посилання на конкретний авторитет контрастує з узагальненим *sagen Experten*. Таким чином проблема констатується з посиланням на думку, яка не прив'язана до якоїсь особи, а її рішення чітко приписують експерту.

У наступній пораді авторка посилається на вже раніше надруковану статтю у журналі Cosmopolitan: «*Stand ja schon in der Dezemberausgabe von Cosmo, dass Perfektion langweilig ist*». У твердженні, не пояснюється, чому саме *Perfektion langweilig ist*. Пов'язуючи статті, авторка не лише застосовує маркетинговий хід, а й подає твердження як стовідсотково істинне. Порада, яка базується на такій заяві, подається не у вигляді імперативу, а у формі інфінітиву, хоча і має характер зобов'язання: «*Die innere Checkliste wegwerfen*». Також автор використовує легку іронію та перебільшення, демонструючи розуміння жіночої натури, аби викликати в аудиторії довіру до власних слів: «*Frauen haben ein Talent dafür, sich falsche Vergleichsgruppen und Kriterien auszusuchen...*». Можна помітити протиставлення модальних забарвлень. Деонтична модальність, що вкладена у речення «*Ich muss etwas leisten, dann werde ich glücklich*», замінюється алетичною модальністю типу фактично можливого судження: «*Werde glücklich, dann leistest du von allein mehr*».

Але показовим є те, що висвітлюються моменти з життя виключно жіночої аудиторії.

Аби завоювати прихильність аудиторії, авторка апелює до буденних проблем, демонструючи, що їй теж знайомі такі ситуації, та тим самим ототожнюючи себе з читачем і підкреслюючи свою простоту: «*Kennt jeder: Die Schlange im Supermarkt ist gefühlt zweihundert Meter lang, die Kassiererin arbeitet im Schnarchtempo, dabei hat man es doch megaeilig.*»

Схожа відвертість присутня і в наступних твердженнях, що демонструє чіткі та однозначні переконання авторки: «*Die Denkweise „Ich werde glücklich sein, wenn...“ funktioniert – sorry, not sorry – nämlich nicht.*» Ця констатація факту виражена з точки зору можливості/неможливості та вказує на алетичну модальність.

Вкотре авторка посилається на чужу думку, але цього разу вже письменниці, яка встигла завоювати визнання аудиторії книгою-бестселером: «*Von Aufräum-Queen und Bestsellerautorin Marie Kondo lernen wir Aufräumen in nur zwei Schritten.*» Стовідсоткова впевненість у позитивному результаті передається через речення «*Versprochen!*», яке складається з одного лише дієслова, але дуже нав'язливо змушує повірити у написане до цього твердження.

Висновки і пропозиції. Аналізуючи публіцистичний текст, ми намагалися дати оцінку модаль-

ності як додатковій інформації щодо умов істинності, ступеню обґрунтованості, відповідності судження певним нормам та цінностям. Виділивши основні маркери модальності, які характерні саме для жанру публіцистики, ми встановили, що ними виявилися не лише модальні слова, модальні дієслова, займенники, посилення на іншу думку та прикметники в структурі оцінки. На нашу думку, основою модальної характеристики публіцистичного тексту виступає орієнтація на певну аудиторію, (у нашому випадку жіночу), що формує пласт додаткової інформації відповідно до світогляду читача.

Розмежування понять об'єктивності та суб'єктивності ми вважаємо недоцільним. Людина сприймає інформацію через фільтри, до яких можна віднести стать, вік, національність, соціальний статус, релігійні та політичні переконання тощо. Саме тому кожне породжене нею твердження буде формуватися відповідно до її світогляду. Тобто об'єктивність, проходячи через фільтри буде перетворюватись на суб'єктивність, яка в свою чергу породжуватиме псевдооб'єктивність у рамках відомого конкретній людині світу. Виходячи з цього, поняття об'єктивності взагалі не є функціональним, а визначити, на нашу думку, можна лише ступінь суб'єктивності, що і буде завданням наших наступних публікацій.

Список літератури:

1. Черняк Н. О. Формування мотивації студентів до навчання у ВНЗ [Електронний ресурс]. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2013. № 38–39. С. 388–393. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pipo_2013_38-39_63
2. Халин С. М., Гусакова Т. Ф., Суворова Л. Г. *Логика : учебное пособие*. Изд. 2-е, перераб. и доп. Тюменский государственный университет. Тюмень, 2009. 225 с.
3. Ярцева В. М. *Лингвистический энциклопедический словарь*. 1990. 688 с.
4. Виноградов В. В. Лингвистические основы научной критики текста. *Вопросы языкознания*. 1968, № 2. С. 3–4; 1968. № 3. С. 3–23.
5. Гальперин П. Я. *Психология как объективная наука*. Изд. «Институт практической психологии», Воронеж : НПО «МОДЭК» 1998. 480 с.
6. Мельникова Л. Л. *Философия и методология науки* / под ред. Ч. С. Кирвель. [Электронный ресурс] : учебное пособие. Минск : Вышэйшая школа, 2012.
7. Хельбіг Г., Буша Й. Німецька граматика / Г. Хельбіг, Й. Буша. Лейпциг : Енциклопедія, 1989. 383 с.

Chepurna Z. W. EXPRESSION OF MODAL CHARACTERISTICS IN GERMAN JOURNALISM

The article deals with the concept of "modality" in general and the modal characteristics of German journalism on the example of publication in the German popular magazine "Cosmopolitan". The author deals on the characteristics of modality according to V. Kirillov in logic and transfers this classification to the linguistic sciences, focusing on the epistemic, deontic, aletic modality. The article proposes a definition of modality according to V. Yartseva, where modality is a functional-semantic category that expresses different types of relations of expression to reality. It is a linguistic universal and belongs to the main categories of natural language. The term modality is used to denote a wide range of phenomena that are heterogeneous in semantic volume, grammatical properties and degree of design at different levels of language structure. Analysis of the modal characteristics of the journalistic text, in which it is particularly pronounced, clearly

demonstrates the principles of cognitive distortions and interpretation of a single reality, based on human perception of the world and focus on the recipient of information. And it is the markers of modality that allow us to draw conclusions about the level of subjectivity of a judgment.

The author emphasizes, that the semantic basis of subjective modality is formed by the concept of evaluation in a broad sense, covering not only the logical (intellectual, rational) qualification of the message, but also different types of emotional (irrational) reaction. The article concludes that an objective modality that reflects the actual categories of reality is embedded in each statement. It is an integral part of a sentence, regardless of its content. In contrast, subjective modality is based on individual reflection and assessment of reality.

Key words: *journalistic text, modal characteristics, judgment, epistemic, deontic, alethic modality.*