

МОВНІ ПРОЯВИ АВТОРСЬКОЇ ПРИСУТНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ МЕДІАКОНТЕНТІ

Сидоренко Ольга,

кандидат педагогічних наук, доцент
ORCID ID 0000-0002-5507-2867
Сумський державний університет
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна
o.sadovnikova@journ.sumdu.edu.ua

Бондаренко Олена,

кандидат філологічних наук
ORCID ID 0000-0002-2369-774X
Сумський державний університет
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна

Вишняк Лейла,

бакалавр журналістики
Сумський державний університет
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна
vishnyakleila25@gmail.com

У статті розглянуто суб'єктивну модальність медіатексту як форму прояву авторської присутності, визначено кореляцію семантики, природи оцінки й імпліцитного/експліцитного впливу на адресанта; розкрито функційно-семантичну й комунікативно-прагматичну природу суб'єктивізації медіаповідомлення. Застосування описового методу дало змогу схарактеризувати формально-граматичні й лексико-семантичні засоби суб'єктивної модальності медіатекстів. Структурний метод, зокрема компонентний аналіз, дозволив виявити оцінний компонент в семантичній структурі лексем, що є засобом суб'єктивізації медіамовлення; аналіз словникових дефініцій – закріплені в мовному узусі оцінні значення, на основі яких формується оцінна прагматика медіатексту. Метод моделювання сприяв систематизації та семантико-груповій організації мовних засобів вираження авторської присутності в медіатексті. Контекстуально-інтерпретаційний метод дозволив розкрити актуальні суб'єктивно-оцінні значення, не зафіксовані в основному словниковому значенні, факультативна оцінність яких мотивована контекстно-ситуативними умовами. Основним засобом вираження суб'єктивної модальності є оцінна лексика, у семантиці якої наявний семантичний компонент, здатний передавати позитивну або негативну авторську оцінку. Аксиологічна інтерпретація оцінної лексики засвідчила, що часто в основу оцінного значення закладено соціальні стереотипи, а авторська оцінка виражається через оцінні судження, не підкріплені фактами. Моральна оцінка в медіатекстах представлена такими різновидами, як етична, нормативна, естетична, утилітарна. Когнітивна оцінка реалізована в таких різновидах: раціональна, представлена предметно-логічним компонентом семантики, передає об'єктивний зміст повідомлюваного; емоційна формує суб'єктивні смисли і сприяє суб'єктивізації / авторизації / персоналізації медіаповідомлення. Абсолютну більшість становить інгерентна оцінка, індивідуально-авторських, контекстно-ситуативних типів оцінного значення майже не виявлено. Найбільш продуктивним граматичним засобом суб'єктивізації інформаційного контенту є вставні елементи, які дозволяють висловити автору почуття й емоції, переважно як позитивну реакцію

© Sydorenko O., Bondarenko O., Vyshniak L., 2021

на відображений факт дійсності, припущення, посилання на джерело інформація як засіб персоніфікації образу автора. Також активно функціонують у медіамовленні модальні частки, які, реалізуючи інформаційно-оцінну функцію, актуалізують цінні для автора смисли. Словотворчий потенціал суб'єктивної оцінки представлений значно менше – афіксами кількісно-оцінного значення. Незважаючи на те, що інформаційні тексти позбавлені безпосередньої авторської присутності, спостерігається тенденція до активізації модальних процесів у журналістському мовленні цього жанрового різновиду, що веде до індивідуалізації / суб'єктивізації тексту, а отже, до персоніфікації мовної особистості журналіста. Суб'єктивна авторська модальність, з одного боку, сприяє встановленню контакту між автором і адресатом медіаповідомлення, а з іншого – є порушенням журналістських професійних стандартів щодо об'єктивного і неупередженого подання фактичної інформації, тому в інформаційних повідомленнях її варто уникати.

Ключові слова: медіамовлення, суб'єктивна модальність, аксіологічна модальність, авторська модальність, оцінка, типи оцінних значень.

LANGUAGE MANIFESTATIONS OF AUTHOR'S PRESENCE IN THE INFORMATION MEDIA CONTENT

Sydorenko Olha,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

ORCID ID 0000-0002-5507-2867

Sumy State University

Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine

o.sadovnikova@journ.sumdu.edu.ua

Bondarenko Olena,

Candidate of Sciences in Philology

ORCID ID 0000-0002-2369-774X

Sumy State University

Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine

ol.bondarenko@journ.sumdu.edu.ua

Vyshniak Leila,

Bachelor of Journalism

Sumy State University

Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine

vishnyakleila25@gmail.com

In the article the subjective modality of media text as a form of manifestation of the author's presence is examined, the correlation of semantics, nature of evaluation and implicit / explicit influence on the addressee is determined; the functional-semantic and communicative-pragmatic nature of subjectivization of media message is revealed. The application of the descriptive method made it possible to characterize the formal-grammatical and lexical-semantic means of the subjective modality of media texts. The structural method, in particular component analysis, allowed to identify the evaluative component in the semantic structure of lexemes, which is a means of subjectivization of media broadcasting; analysis of vocabulary definitions - evaluative values fixed in the language usage, on the basis of which the evaluative pragmatics of media text is formed. The modeling method contributed to the systematization and semantic-group organization of language means of expressing the author's presence in the media text. The contextual-interpretative method allowed to reveal actual subjective-evaluative meanings, not fixed in the main vocabulary meaning, the optional evaluativeness of which is motivated by contextual-situational conditions. The main means of expressing subjective modality is

evaluative vocabulary, in the semantics of which there is a semantic component that can convey a positive or negative authorial evaluation. Axiological interpretation of evaluative vocabulary showed that often the basis of evaluative value is based on social stereotypes, and the author's evaluation is expressed through evaluative judgments, not supported by facts. Moral assessment in media texts is represented by such varieties as ethical, normative, aesthetic, utilitarian ones. Cognitive assessment is realized in the following varieties: rational, represented by the subject-logical component of semantics, conveys the objective meaning of the reported text; emotional forms subjective meanings and promotes subjectivization / authorization / personalization of media messages. The absolute majority has inherent evaluation, individual-author, contextual-situational types of evaluation value are almost not identified. The most productive grammatical means of subjectivizing information content are insert elements that allow the author to express feelings and emotions, mainly as a positive reaction to the reflected fact of reality, assumptions, references to the source of information as a means of personification of the author's image. Modal particles have also active function in media broadcasting, which, realizing the information-evaluation function, actualize the meanings valuable for the author. The word-forming potential of subjective evaluation is much less represented by affixes of quantitative value. Despite the fact that informational texts have a lack of the direct authorial presence, there is a tendency to intensify modal processes in journalistic speech of this genre, which leads to individualization / subjectivization of the text, and thus to the personification of the linguistic personality of the journalist. Subjective authorial modality, on the one hand, helps to establish contact between the author and the addressee of the media message, and on the other - is a violation of journalistic professional standards for objective and impartial presentation of factual information, so they should be avoided in the information messages.

Key words: *media broadcasting, subjective modality, axiological modality, authorial modality, evaluation, types of evaluation meanings.*

Вступ

Медійне мовлення зорієнтоване передусім на масове інформування, що визначає певну соціальну спрямованість комунікації. Вираження особистісного ставлення автора до описуваної проблеми, авторської «оцінності», його глибокої зацікавленості в результативності публікації вирізняють публіцистичні тексти на тлі інших типів і стилів мовлення. Активність авторської позиції, відкрита суб'єктивність у відборі та оцінці фактів становлять основу емоційної насиченості текстів означеного типу й сприяють реалізації функцій впливу й переконання. У лінгвістичній літературі, предметом розгляду якої є мова ЗМІ, акцентується на тому, що ефективність журналістських повідомлень залежить не тільки від актуальності порушених проблем, від ефективності запропонованих методів їх розв'язання, від власне соціальної позиції публіциста, але й від низки мовних якостей: комунікативно-прагматичного значення та соціально-оцінного забарвлення використаних засобів, наявності авторського «Я» і водночас певна стриманість у використанні емоційно насичених слів та конструкцій (О. Бикова, В. Дроботенко, Л. Кудинова, О. Палієнко, Н. Соловійова, Г. Чижинюк, Л. Шевченко, Т. Шмельова).

Проблемним з погляду комунікативної прагматики є питання ступеня присутності автора в журналістському повідомленні та вираження авторського «Я», що визначається жанровим різновидом тексту й типом спілкування преси з масовим адресатом. Зокрема традиційний погляд на інформаційні жанри констатує абсолютний документалізм у викладі фактів і заперечує прояви будь-якої авторської позиції (Д. Григораш, В. Здоровега, М. Кім, І. Михайлин, В. Різун, А. Тертичний та інші). Проте сьогодні все частіше спостерігаються процеси суб'єктивізації медіатексту: посилення особистісної складової, актуалізація образу автора, оцінність, емоційність, рефлексивний підтекст. А в багатьох текстах інформаційних жанрів семантичну основу визначають саме суб'єктивні смисли: «журналісти часто вдаються до інтерпретації фактів, що зумовлює ідеалізацію зображуваного, є проявом

суб'єктивізму журналістського матеріалу» (Сидоренко, 2020: 136). В умовах еволюції жанрових форм на сучасному етапі трансформації медійних текстів має місце думка про те, що «суб'єктивність не суперечить документальній основі журналістської діяльності», а «різні способи самовираження лише сприяють глибшому розумінню об'єктивних аспектів описуваної події» (Чижинок, 2013). У такий спосіб у медіатексті реалізується образ автора як стилетвірної категорія, що на мовному рівні передається через категорію модальності, суб'єктивної зокрема. Тому актуальним на сьогодні є питання дослідження мовних засобів суб'єктивної модальності як форми авторської присутності в журналістському тексті.

Мета публікації – розглянути мовні засоби суб'єктивізації медіамовлення у функційно-семантичному й комунікативно-прагматичному аспектах. **Об'єктом** дослідження стали мовні засоби суб'єктивізації інформаційних матеріалів ЗМІ.

Предметом – функційно-семантична й комунікативно-прагматична природа мовних засобів суб'єктивізації медіаповідомлення.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що суб'єктивну модальність та оцінність медіатексту розглянуто як форми прояву авторської присутності, визначено кореляцію семантики, природи оцінки й імпліцитного/експліцитного впливу на адресанта; розкрито функційно-семантичну й комунікативно-прагматичну природу суб'єктивізації медіаповідомлення.

Матеріали та методи дослідження

Теоретико-методологічною основою наукової розвідки стали праці В. Виноградова, М. Бахтіна, Г. Солганіка, присвячені мовностилістичній природі авторського «Я» (образу автора), роботи Ш. Баллі, Е. Бенвеніста, О. Бондарка, В. Востокова, В. Виноградова, Г. Золотової, В. Вольмута, Г. Колшанського з теорії мовної модальності, а також наукові напрацювання з питань категорії оцінки Н. Арутюнової та Т. Космеди. У роботі застосовувалася комплексна методика дослідження мовних засобів суб'єктивізації медіамовлення у функційно-семантичному й комунікативно-прагматичному аспектах, яка охоплювала: 1) описовий метод, що дав змогу схарактеризувати формально-граматичні й лексико-семантичні засоби суб'єктивної модальності медіатекстів; 2) структурний метод, а саме: компонентний аналіз застосовувався для виявлення оцінного компонента в семантичній структурі лексем, що є засобом суб'єктивізації медіамовлення; аналіз словникових дефініцій – для виявлення закріплених у мовному узусі оцінних значень, на основі яких формується оцінна прагматика медіатексту; 3) метод моделювання – для систематизації та семантико-групової організації мовних засобів вираження авторської присутності в медіатексті; 4) контекстуально-інтерпретаційний метод дозволив розкрити актуальні суб'єктивно-оцінні значення, не зафіксовані в основному словниковому значенні, факультативна оцінність яких мотивована контекстно-ситуативними умовами. Фактичним матеріалом дослідження стали лексеми, що формують авторську суб'єктивність медіатексту, дібрані шляхом довільної вибірки з текстів регіональної інтернет-газети «Панорама» та місцевого онлайн видання «Закарпаття», інформаційний контент яких презентує різні регіони України.

Обговорення

У сучасній журналістиці образ автора асоціюється не лише з особливостями індивідуального стилю мовця, але й із його особистим світоглядом на поденні події. Якщо раніше автору була притаманна лише роль безстороннього оповідача в публіцистичних творах, то сьогодні він постає виразником власних думок, оцінок, суджень і поглядів. Як зазначала Л. Кудинова, «автор-публіцист повинен розуміти відповідальність перед суспільством, яка покладена на нього за висловлення своєї позиції, поглядів на ту чи іншу подію» (Кудинова, 2009: 16). А отже, автор повинен гарантувати достовірність того, про що повідомляється, інакше аудиторія стане об'єктом зумисного маніпулювання. Тому мовотворчість автора-журналіста обмежується фактологічною документальністю, а його свобода – це свобода інтерпретувати реальну подію, але фактична сторона послання читацькій аудиторії

повинна бути бездоганною. Особливість журналістських висловлювань полягає в тому, що автор не стільки висловлює свою позицію, скільки допомагає реципієнтам сформулювати власний погляд на актуальні події. Журналістським інформаційним матеріалам, практично у всіх їхніх жанрових різновидах, властива висока об'єктивність викладу. Водночас вони не позбавлені авторської суб'єктивності, оскільки відбивають систему цінностей та поглядів конкретного автора, які позначаються на відборі і фактів, і відповідних мовних засобів їх представлення. Судження, аргументи, тези, оцінки та думки, використання виразових засобів відбивають ставлення автора до описуваних подій. При цьому, варто підкреслити, авторська суб'єктивність не суперечить документальній основі журналістського твору. «Різноманітні способи авторського самовираження, – підкреслює Г. Чижинок, – лише сприяють глибшому розумінню об'єктивних сторін описуваної події. Серед цих методів особливої ваги набуває категорія авторського «Я». Використовуючи цей унікальний інструмент, журналіст може активно втручатися в хід подій, висловлювати власну позицію і думку» (Чижинок, 2013: 158).

Медіатексти за ступенем вияву авторського начала кваліфікуються за різними типологічними ознаками: 1) представлення автора – від «тіньової присутності» автора в абсолютно об'єктивованій інформації до «відвертого Я» в пошуку та інтерпретації інформації; 2) ступінь складності – тексти з одним авторським голосом та поліфонічні тексти; 3) питома вага мовних засобів презентації авторського «Я» (Палієнко, 2013). Потрібно зауважити, що саме останній домінує у визначенні жанрової специфіки медіатексту: мінімальна питома вага авторського «Я». Мінімальна присутність автора прослідковується в коротких інформаційних жанрах – замітках та новинних звітах. Відсутність авторського оцінювання інформації, граматичних проявів його присутності в тексті (особових займенників, особових форм дієслова) надають тексту точності й офіційності для реалізації єдиної мети – інформувати реципієнта. У таких текстах спостерігаємо «тіньову присутність» автора: можна лише припустити, що за наданою інформацією стоїть людина, яка її збирала та систематизувала. Питома вага засобів зображення авторського «Я» у таких текстах, як правило, дорівнює нулю. Водночас максимальна питома вага авторської присутності властива аналітичним і художньо-публіцистичним жанрам, а також репортажу як жанровому різновиду інформаційної публіцистики.

Комунікативно-прагматичною передумовою реалізації авторського «Я» на у мовній площині є категорія суб'єктивної модальності. Модальність є функціонально-семантична категорія, що передає різні види відношення висловлювання до дійсності, а також різні види суб'єктивної кваліфікації інформації. Таке потрактування, на нашу думку, є вмотивованим, оскільки, з одного боку, враховує комунікативну прагматику висловлювання, коли автор явно або опосередковано передає читачеві різну інформацію оцінного характеру, намагаючись переконати його в правильності свого бачення світу, а з іншого – значеннєві варіанти співвідношення сказаного до об'єктивної реальності, що мають різні функціональні значення, які передаються лексичними і граматичними засобами. Крім того, у ньому актуалізується питання щодо двох типів логіко-граматичних зв'язків у висловлюванні: співвідношення змісту і об'єктивної реальності та ставлення власне мовця до змісту сказаного, а відтак і двох типів модальності – об'єктивної і суб'єктивної відповідно, на чому наголошує Л. Войналович (Войналович, 2013).

На наш погляд, категорія модальності не містить різкого протиставлення «об'єктивного» та «суб'єктивного», а становить парадигму різних модальних значень, які передаються різними мовними одиницями, відповідними мовленнєвими засобами. Це аспекти єдиної логіко-граматичної категорії модальності, що виражає ставлення суб'єкта до об'єкта дійсності з позицій реальності / нереальності, ймовірності, необхідності, можливості тощо. Суб'єктивна модальність, що має значно ширший семантичний діапазон, ніж об'єктивна, охоплює не лише логічну кваліфікацію повідомлюваного, але й різні лексико-граматичні способи вираження емоційної реакції

на зміст висловленого. Тому актуальним питанням, пов'язаним із категорією суб'єктивної модальності, є визначення місця і ролі оцінки відношення змісту висловлення до дійсності, а також мовних засобів емоційного оцінювання. Варто наголосити, що серед лінгвістів і досі немає одностайної думки щодо входження якісної та емоційної оцінки до категорії модальності. Так, ще В. Виноградов наголошував на принципово чіткій межі «між різними емоційними формами вираження реакції на реальність і модальною оцінкою відношення висловлення до реальності» і водночас підкреслював, що «обидві ці сфери, що відображають об'єктивну реальність крізь призму суспільної свідомості, перебувають у найтіснішій взаємодії між собою» (Виноградов, 1975: с. 62). Ш. Баллі вважав, що сюди належать «різні відтінки думок, почуттів чи волі» (Баллі, 1955: 44). Більш обережно з цього питання висловився О. Бондарко, зазначивши, що «віднесення якісної та емоційної оцінки до модальності не можна виключати, але можна говорити лише про периферію модальності, де специфічні риси цієї категорії «розмиваються» (Бондарко, 1996: 40-41). Емоційну оцінку як один із типів модальних значень розглядає С. Бернацька (Бернацька, 2011).

На експресивній оцінці висловлюваного як одного із прояву суб'єктивної модальності наголошується і в Словнику лінгвістичних термінів Д. Розенталя (Розенталь, Теленкова, 1976). Суб'єктивна модальність безпосередньо пов'язана з питанням різних способів вираження оцінки (емоційно-експресивного ставлення). Наприклад, Н. Шведова розглядає суб'єктивну модальність як «експресивне вираження тих чи інших емоцій мовця з приводу змісту повідомлення» [Шведова, 1960: 16]. На правомірність віднесення оцінки, зокрема її емоційно-експресивного змісту, до категорії суб'єктивної модальності вказує й те, що в її структурі має місце «аксіологічна модальність, що виражає характеристику змісту висловлення з погляду відповідності його системі цінностей модального суб'єкта» (Доценко, 2006: 257). «Модальні реакції зумовлені певним емоційним станом мовця, тому емоційність входить у модальність (через «Я» мовця)» (Романова, 2008: 19), а відтак емоційна експресія, у якій відбивається емоційне ставлення мовця до предмета висловлювання, є специфічною формою вираження ставлення людини до навколишнього світу, що дає об'єктивні підстави для розгляду емоційної експресії в межах категорії модальності. Отже, можна припустити, що модальність є категорією, яка охоплює різноманітні види кваліфікації повідомлюваного, а якщо говорити про медіатекст, то поряд із суб'єктивною (емоційною, позитивною, негативною тощо) – об'єктивну (інтелектуальну, логічну) оцінку змісту. Саме способи вираження суб'єктивно-модальних відносин дозволяють визначити роль мовця в повідомленні, авторську оцінку змісту висловлювання та допомагають зрозуміти, як висловлена думка впливає на реципієнта. Суб'єктивна модальність журналістського тексту або авторська («авторизаційна») модальність – це вираження в тексті ставлення автора до інформації, його концепція, думка, його ціннісні орієнтації, представлені читачеві: «Специфіка авторизаційної модальності визначається підкресленим позначенням авторської висловлюваної думки; це значення взаємодіє з полем персональності, <...> підкреслює авторське ставлення до повідомлюваного» (Телека, 2014: 86).

Оскільки передача інформації відбувається крізь призму авторської позиції, авторського ставлення до об'єкта відображення, факт у журналістському тексті отримує модальну валентність і тому визначається як деяка суб'єктивна реальність. При цьому накладається додаткова «особистісна» інформація, яка мотивована інтенцією автора і є елементом загальної авторської концепції. На нашу думку, цей особистісний компонент медіаповідомлення передається мовними засоби суб'єктивної модальності і безпосередньо пов'язаний із фактором оцінки висловлювання, а отже, й із засобами емоційного оцінювання.

Результати дослідження

У дослідженні мовних засобів вираження авторської присутності в медіатексті ми виходили з того, що зміст понять «оцінка» і «суб'єктивна модальність» є

співвідносними, при цьому семантичний обсяг поняття «суб'єктивна модальність» ширший, ніж поняття «оцінка». Оціночні суб'єктивно-модальні значення можуть бути закладені в семантичній структурі лексичних одиниць як на рівні денотативного компонента, так і конотативного. Сему/семему оцінки ми виявляли й уточнювали в кожному окремому випадку функціонування слова через його компонентний аналіз, звертаючись до словникових дефініцій. Це дозволило виокремити в текстах аналізованих медіа засоби вираження оцінного ставлення автора до переданої інформації об'єднати у відповідні семантичні групи. Опираючись на роботи Т. Космеда (Космеда, 2000) та Н. Арутюнової (Арутюнова, 1988), класифікацію здійснювали з урахуванням таких критеріїв: 1) аксіологічна інтерпретація, 2) наявність емотивного компонента, 3) співвідношення об'єктивного і суб'єктивного чинників; 4) спосіб оцінювання; 5) вплив контенту. Це дало змогу виявити такі типи оцінних значень:

1) **аксіологічна оцінка**. В основу визначення такого типу оцінки закладено критерій «добре / погано», а тому всі лексеми з оцінним значенням об'єднано у дві групи: а) лексеми *позитивної оцінки*: «...**сумлінні** платники податків продемонстрували **відповідальне** ставлення»; «У кожному знімку відчувається **душевне тепло** художника, його **любов** до світу»; (Панорама); б) лексеми *негативної оцінки*: «**продовжують незаконне** будівництво»; «**Зловмисник** напав на місцевого жителя та **силоміць** відібрав ...телефон» (Панорама); «...**зловмисники** викрали фотоапарат»; «... встигли **нагрішити** **зłodійкувати** брати» (Закарпаття). Можна помітити, що в основу оцінного значення проаналізованих лексем закладено соціальні стереотипи, а оцінка виражається через оцінні судження. Наприклад лексема **сумлінний** як денотативний компонент семантичної структури містить позитивну оцінку предмета, що співвідноситься із критерієм «добре» і тлумачиться через низку лексем з таким же позитивним значенням: «який чесно, старанно, ретельно виконує свої обов'язки, добросовісний» (СУМ, Т. 9: 838), а наприклад, у денотаті лексеми **зловмисник** закладено негативну оцінку, що презентує категорію «погано»: «той, хто має злий намір, хто задумав учинити або вчинив який-небудь злочин; злочинець» (СУМ, Т. 3: 599) і походить від слова злочин, денотат якого містить вищий ступінь прояву негативної оцінки, у якій відбивається соціальний досвід носіїв мови: «суспільно небезпечна дія (або бездіяльність), що чинить, заподіює зло людям; неприпустимий, ганебний вчинок» (СУМ, Т. 3: 605).

У межах цієї підгрупи функціонують слова, які передають різні відтінки ціннісного ставлення мовця-журналіста до світу речей, тобто дають *моральну оцінку*: *етичну* – «Музей збирає **благодійні** внески»; «На них чекає не лише весела, **повчальна** музична вистава» (Панорама); «...рятувальники **врятували** песика»; «це **прекрасний** зразок російської пропаганди» (Закарпаття); *нормативну* – «...рибінспектори виявили **грубе порушення** Правил рибальства» (Панорама); «Жертвами **зłodійчуків** ставали як односельці»; «...неповнолітні **"живилися"** з **крадіжок**»; «Сестра та 2 брати вважають, що він - **хороший**, а суд – **поганий**» (Закарпаття); *естетичну* – «...місто **гідно** представили десять учнів фортепіанного відділу»; «Це **чарівна** історія про **прекрасну** дівчину»; «Але ...глядачі не змогли повною мірою **насолодитися** цим витвором»; «...живописні роботи Надії Полуян-Внукової...» (Панорама); «вода спадає численними **живописними** каскадами» (Закарпаття); *утилітарну*, що визначає ступінь корисності предмета чи явища в досягненні певної мети – «...відвідувачі фестивалю могли проголосувати за **кращу** скульптуру»; «На міжнародному фотоконкурсі визначили **найкраще** фото»; «Серед робіт **заслуженої** художниці України...»; «Режисером вистави став **найталановитіший** актор»; «...музиканти **вдосконалювали** свою музичну майстерність» (Панорама); «Деякі види рослин – **особливо небезпечні** для здоров'я»; «**порадували** 50-відсотковою знижкою» (Закарпаття).

2) **когнітивна оцінка**. Такий вид оцінки передбачає безпосередню реакцію автора на об'єкт і виражається через експресивність. Залежно від наявності емотивного

компонента визначено дві групи слів: а) лексеми *раціональної (інтелектуальної) оцінки*, що в семантичній структурі закріплена денотативно й виникає на основі логічних суджень щодо властивих об'єкту оцінки позитивних чи негативних властивостей: «Святкові клопоти не дозволили новій ПЛР-лабораторії почати **повноцінну** роботу»; «Список охочих стати керівником особливих **сюрпризів** не приніс»; «Інакше місто **ризик**є залишитися без води»; «У порівнянні з діючими тарифи **збільшуються** на 25%» (Панорама); «Отримані кошти допомогли **значно покращити** матеріально-технічну базу»; «Про трійку **найбільш небезпечних**»; «ПБС» запропонувала відремонтувати дороги **ефективнішим** способом»; «**розумний** погляд на розкші» (Закарпаття); б) лексеми *емоційної оцінки*, яка в семантичній структурі слова представлена конотативним компонентом і виражає почуття-ставлення мовця до оцінюваного предмета як прагматичну спрямованість мовної одиниці: «внесок у розвиток українського мистецтва **особливо вагомий**»; «кількість охочих зайняти це крісло **перевалювала** за два десятки»; «**Живописні** твори нібито повертають тебе в дитинство, в ті **безтурботні** часи»; «**Особлива** художниця відома багатом в Україні»; «... директор котельні **клятвено** запевняв»; «Перевізники **напрочуд** єдині»; «Люди **обурені** тим, що влада підвищує тарифи» (Панорама); «на трасі – **довжелезний** затор»; «мер міста «**насварив**» директора...»; «...зробити їх життя хоча б **трошки веселішим і гармонійнішим**» (Закарпаття).

Зважаючи на те, що когнітивна оцінка передається лексемами, оцінне значення яких закріплене за різними компонентами семантичної структури слова, можна говорити про об'єктивне і суб'єктивне ставлення журналіста до повідомлюваної інформації. Оцінка, яка закріплена за денотативним семантичним компонентом, презентує предметно-логічний аспект і має об'єктивне значення. Оцінка ж, яка закріплена за конотативним семантичним компонентом, – суб'єктивне значення, а відтак вона сприяє суб'єктивізації / авторизації / персоналізації медіаповідомлення.

Конотація і денотація в семантичній структурі слова перебувають у тісному зв'язку, і тому їх не завжди просто розрізнити і розмежувати. Наприклад у семантичній структурі лексеми *складний* денотат представляє значення «який відзначається взаємозв'язаністю багатьох частин», а конотат – «важкий для розуміння, вирішення, здійснення» (СУМ, Т. 9: 277). Отже, це слово може бути і засобом об'єктивного висвітлення подій, і висловлення суб'єктивної оцінки автором повідомлюваного. Зокрема в реченні «Однак, **попри складну** ситуацію, сумлінні платники продемонстрували відповідальне ставлення...» спостерігаємо вияв конотативного значення слова, а отже, інформація, яку подає журналіст, позначена суб'єктивізмом. Лексема *дивовижний*, яка часто використовується як засіб стилістичного увиразнення тексту, асоціюється з емоційною оцінкою через те, що її конотативний компонент представлений такими семами, як «дуже гарний, чудовий, чарівний», у реченні «Вона ... створює **дивовижні** роботи з цікавими сюжетами» реалізує своє денотативне значення «який викликає здивування, дивний» (СУМ, Т. 2: 273). Оскільки це значення мотивоване семантикою твірного слова *здивування*, що означає «почуття, стан людини, дуже враженої чимось незвичайним, дивним, незрозумілим» (СУМ, Т. 3: 536), то в будь-якому контексті лексема *дивовижний* виражатиме авторську оцінку повідомлюваного факту. Слово *довжелезний* у своєму первісному значенні, мотивованому лексемою *довгий*, семантичним ядром якої є значення «який має велику довжину», позбавлене емоційного відтінку, проте словотворчий суфікс згрубілості *-езн-* додає в його значеннєву структуру додаткову сему ступеня вияву міри ознаки, яка, крім оцінки кількості, передає авторську оцінку ситуації, що склалася: «на трасі – **довжелезний** затор». Емоційна оцінка є більш суб'єктивною, вона здатна передавати власне строго індивідуальне ставлення мовця до будь-якого об'єкта, процесу чи явища навколишнього світу, незалежно від його об'єктивних властивостей. Раціональна оцінка передбачає певне розуміння об'єкта з погляду його відповідності встановленому стандарту. Тому розуміння типу оцінного значення, семантичної структури слова дозволить журналістові, використовуючи оцінну лексику висловити

об'єктивний стан речей і водночас запобігти суб'єктивізації повідомлення у тих інформаційних жанрах, які потребують документальної точності й безобразності.

3) **індивідуальна оцінка.** Сюди належать слова, що виражають оцінку одного предмета безвідносно до оточення: «*п'яний хлопчина вкрав "Жигулі"*»; «*Гварина знесилена лежала в глибокому снігу ...*»; «*Поганий настрої робить людину розумнішою*» (Закарпаття)

4) **порівняльна оцінка.** Цей тип оцінки можливий тоді, коли предметом оцінювання є хоча б два предмети: «*небанальний жанр моновистави в стилі стендап*»; «*...зробити їх життя хоча б трошки веселішим і гармонійнішим*»; «*Вперше на Шкоді – неперевершений багажник. Найсучасніші асистенти допомоги...*»; «*Поганий настрої робить людину розумнішою*» (Закарпаття); «*Також в експозиційну колекцію краєвих творів увійшли роботи зі скульптури*»; «*На міжнародному фотоконкурсі вибрали найкраще фото*» (Панорама). Формальним показником порівняльної оцінки, на що вказують граматичні форми виділених слів, є ступені порівняння прикметників, лінгвістична сутність яких і полягає в тому, що два предмети зіставляються і ознака одного виявляється в більшій мірі, ніж та ж сама ознака іншого. Використання в мовленні контрадикторних антонімів також передбачає, що зіставляються два предмети і один із них передбачає наявність ознаки, яка заперечується в іншому. Отже, *небанальний жанр*, очевидно порівнюється із *банальними*, і в наведеному вище контексті дається авторська оцінка новому явищу в мистецтві через заперечення оцінної семантики «буденний, звичайний» (СУМ, Т. 1: 99). Аналогічно лексема *неперевершений* вступає в контрадикторні відношення із прикметником дісприкметникового походження *перевершений*, значення якого мотивоване дієсловом *перевершувати*, у семантичній структурі якого наявне конотативне значення, що передається семою «виявлятися краще чого-небудь наміченого, очікуваного, передбачуваного» (СУМ, Т. 6: 138). У наведених у цьому підпункті фрагментах наявна імпліцитна порівняльна оцінка, коли можемо спостерігати лише результат зіставлення, а не сам процес. Але ступені порівняння, лексико-семантичні властивості оцінних слів припускають наявність принаймні двох предметів, які зіставляються за певною спільною ознакою.

5) **інгерентна оцінка.** Цю групу представляють лексеми, оцінне значення яких є узуальним, тобто внутрішньо властивим слову, є його стабільною і невіддільною ознакою в будь-яких ситуативно-контекстних умовах: «*Святкові клопоти не дозволили новій ПЛР-лабораторії почати повноцінну роботу*»; «*Список охочих стати керівником особливих сюрпризів не приніс*»; «*Це набагато менше, ніж на виборах 2010, 2014 і 2015 рр.*»; «*Вона створює дивовижні роботи з цікавими сюжетами*»; «*...живописні роботи Надії Полуян-Внукової...*» (Панорама). Такий тип оцінки в кількісному вияві становить абсолютну більшість з-поміж проаналізованих матеріалів. Це, на нашу думку, закономірно, адже власне інформаційні матеріали не передбачають авторської мовотворчості, оскільки мають на меті швидко, вчасно поінформувати масову аудиторію, донести фактичну інформацію.

6) **адгерентна оцінка.** До цієї групи увійшли слова, оцінність яких не зафіксована в основному словниковому значенні, а мотивована певними контекстно-ситуативними умовами. Саме такий вид оцінки найбільше виражає авторське «Я» в тексті і сприяє суб'єктивізації журналістського мовлення. Таких лексем виявлено небагато, тільки в складі тропів: «*Цивілізований дикун розповів про те, чим живе...*» (Панорама). Емоційної образності надає поєднання в оксюмороні (і в перифразі водночас – так називають автора художнього твору) взаємопротилежних понять: *цивілізований* – «культурний, розвинений» (СУМ, Т. 11: 208); *дикун* – «людина з племені, яке перебуває на рівні первісної культури, некультурна» (СУМ, Т. 2: 276). Проявом авторського ставлення до повідомленого факту також можна вважати трансформацію фразеологізму: «*перший «млинець» у молодого режисера зовсім не нанівець*» або створення іронічного підтексту: «*у списку кандидатів в депутати цікаві особистості є*» (Панорама).

7) **кількісна оцінка**. Лексеми цієї групи вказують на міру, обсяг, величину описуваного предмета, на міру вияву ознаки або дії. В межах цієї групи можемо виокремити: а) слова, що передають **позитивну кількісну оцінку** – «*Отримані кошти допомогли значно покращити матеріально-технічну базу закладу*»; «*Хто в Карпатах найсильніший, найстаріший і найвищий?*» (Закарпаття); «*Тому місто сподівається на перевиконання плану по бюджету*»; «*...але головні і наймасштабніші заходи пройдуть на площі Незалежності*» (Панорама); б) слова, що передають **негативну кількісну оцінку**: «*... занадто складна процедура отримання ліцензій*»; «*Про трійку найбільш небезпечних*»; «*В Ужгороді налічується доволі велика кількість небезпечних шкідливих рослин*»; (Закарпаття); «*...влада підвищує тарифи на ЖКГ*»; «*У порівнянні з діючими тарифи збільшуються на 25%*» (Панорама).

З-поміж лексем, в семантиці яких наявний узуальний оцінний компонент, виокремлено ті, які втратили своє оцінне значення внаслідок відповідного лінгвістичного і соціального екстралінгвістичного контекстів і перейшли в категорію одиниць, що в мовленні, журналістському зокрема, виконують тільки номінативну функцію – набули статусу термінологізованих сполук: «*Музей збирає благодійні внески на придбання експонатів*»; «*рибінспектори виявили грубе порушення Правил рибальства*»; «*Серед робіт заслуженої художниці України*»; «*театр отримав нового головного режисера*»; «*привернути увагу українців до культурної спадщини*»; «*Передвиборна гонка на місцевих виборах вийшла на фінішну пряму*»; «*Як повідомили в обласному лабораторному центрі, у нього був ускладнений анамнез*»; «*При зовнішньому огляді тіла слідів насильницької смерті не виявлено*»; «*смертельно травмований працівник РЕМ*» (Панорама). Функціонування таких виразів не впливає на оцінність журналістського тексту, не створює мовних передумов для суб'єктивізації медіаповідомлення.

Суб'єктивна модальність визначає прагматику медіатексту – характер комунікативної спрямованості визначається ставленням автора до повідомлюваної інформації і впливає на добір конкретних мовних засобів. В аналізованих матеріалах активно використовуються вставні елементи як один із способів вираження категорії оцінки. Семантичну основу вставних конструкцій становить значення оцінки, часто раціональний характер якої ускладнений емоційно-експресивним додатковим значенням. Зокрема за допомогою вставних слів автор може висловлювати свої почуття й емоції, викликані повідомлюваним фактом: 1) радість, схвалення, позитивну оцінку: «*Пожежа в історичній пам'ятці сколихнула всю Україну, на щастя люди у вогні не постраждали*» (Панорама); «*Відрядно, що проєкт успішно пройшов попередній етап відбору*» (Закарпаття); 2) співчуття, несхвалення, негативну оцінку: «*На жаль, врятувати будинок не вдалося*» (Закарпаття); 3) подив: «*І не дивно, захоптив розповіді мандрівника викликають захват!*» (Панорама).

Залежно від тематики публікації та власних комунікативних інтенцій, автор може висловлювати різноманітні припущення про ступінь достовірності / ймовірності того, що повідомляється: «*Вочевидь, це і вплинуло на скорочення кількості претендентів*» (Панорама); «*Тож є надія, скоро тваринку відпустять здоровою у лісові угіддя держлісгоспу*» (Закарпаття); а також намагається об'єктивувати висловлене, указуючи на джерело повідомлення: «*На думку присутніх, на фоні пандемії COVID-19 це тривалий час будуть популярні...*» (Закарпаття); «*Планується, лабораторні дослідження за наявності сімейного лікаря будуть безкоштовні*» (Панорама). Використання в ролі вставного слова особової форми дієслова – 1-ї особи множини дозволяє персоніфікувати образ колективного автора: «*Одразу відзначимо, перший млинець у режисера не нанівець...*», «*Нагадуємо, в червні тут вже проводилася акція на честь нашого талановитого земляка*» (Панорама). За допомогою вставних слів автор акцентує на певних моментах викладу з метою привернути увагу або викликати певну реакцію: «*Ну і ще, що показово, вона відмітила...; Безумовно над цим треба працювати...*» (Закарпаття).

Для того щоб висловити власну оцінку, автор вдається й до використання семантичних властивостей інтонації: 1) *пительної* – «Добрый дідусь Миколай живе біля Косова і їздить на "гуцуликах"?» (Закарпаття), таким чином, підкреслюючи цікавість нереальної ситуації, він сприяє виникненню зацікавленості з боку адресантів у змісті повідомлюваного; 2) *емоційно-підсилювальної*: «І не дивно, розповіді мандрівника викликають захват і мотивують наслідувати його приклад!» (Панорама); 3) інтонаційне підкреслення певного слова через *інверсійне розташування* слів: «...у списку кандидатів цікаві **особистості є**» (Панорама). Зміна сталого порядку слів у реченні, коли додаток має вживатися після присудка, а в цьому прикладі – перед ним, підсилює виразність додаткових відтінків смислу повідомлення, надаючи йому іронічного звучання.

Спостереження за модальними частками в інформаційних журналістських матеріалах дозволяє говорити про те, що їм притаманна специфічна оцінна прагматика, оскільки вони актуалізують цінні для автора смисли. Комунікативно-прагматичне навантаження вказівної частки **так ось**, яка виконує ще й функцію вставного слова, – це локалізація авторського погляду в межах певного подієвого, фізичного, а також ментального простору й одночасна актуалізація комунікативної ролі журналіста, який ніби веде за собою адресата через власне бачення ситуації: «**Так ось**, традиція продовжується» (Панорама). Інформативно-оцінна функція модальної частки **чи не** із семантикою надмірності та порівняльної частки **ніби** передає авторське ставлення до достовірності того, про що повідомляється: «**Це чи не** перше велике видання»; *Живописні роботи ніби повертають тебе в дитинство*» (Панорама). Інформативно-оцінна функція притаманна й емоційно-експресивній частці **все ж таки**, яка фокусує увагу адресанта на означально-уточнювальних властивостях повідомлюваного факту. Така частка додає тексту авторських емоцій і почуттів – подив і захват водночас: «Незважаючи на складні умови, ...відповідальні платники податків **все ж таки** продемонстрували відповідальне ставлення до свого конституційного обов'язку» (Панорама). Сміслова обмежувально-видільна частка **не лише** використовується мовцем з метою локалізації власного погляду на якому-небудь подієвому елементі, але при цьому посилює суб'єктивну (авторську) думку, звужуючи семантичний простір висловлення: «На них чекає **не лише** весела, повчальна музична вистава...» (Панорама). Додаткові смисли, які вводяться журналістом у текст, співвідносять смисловий простір повідомлюваного із категорією авторського «Я» і виявляють оцінно-кваліфікаційну позицію суб'єкта мовлення.

У суб'єктивізації медіаповідомлень значну роль відіграє словотвірний потенціал української мови. Вживання суфіксів і префіксів як словотвірних засобів вираження емоційно-оцінного ставлення до об'єкта номінації дозволяє авторові медіатексту запобігти мовному перенавантаженню висловлювання і лаконічно й точно характеризувати особу, предмет, явище з позитивного чи негативного боку. Потрібно зауважити, що експресивні функції афіксації в журналістському інформаційному матеріалі, на відміну, зокрема, від художнього-публіцистичного, можуть стати небажаним явищем з огляду на вимогу неупередженого, об'єктивного висвітлення інформації.

Аналіз фактичного матеріалу дав можливість констатувати, що в медіамовленні кількість слів, у яких префіксація надає емоційно-оцінного значення, невелика. Виразальна функція таких лексем полягає в тому, що за їх допомогою автор дає позитивну оцінку повідомлюваному факту, предмету чи явищу. Префікс **над-** вказує на перевищення якої-небудь межі, норми, позначуваної твірним словом і в контексті реалізує семантику «який має особливе значення, заслуговує на виняткову увагу» (СУМ, Т. 5: 66): «2019 рік виявився **надзвичайно** плідним» (Закарпаття). Префікс **пере-** у віддієслівних іменниках виражає кількісну семантику й, відповідно, формує кількісну оцінку описуваного об'єкта: «... місто сподівається на **перевиконання** плану бюджету» (Закарпаття); «Уже більше 10 днів лікарня приймає пацієнтів з COVID-19 у зв'язку з **переповненням** центру інфекційних хвороб» (Панорма). Аналогічно і в

прикметниках префікс **пре-** передає семантику особливо високого ступеня вияву ознаки предмета: «... виявилось, це **прекрасний** зразок російської пропаганди» (Закарпаття).

Більш активно в аналізованих нами медіатекстах функціонують слова із суфіксами суб'єктивної оцінки, які передають розмірно-оцінне значення і різні відтінки позитивних чи негативних емоцій. Найчастіше використовуються лексеми із зменшено-пестливим значенням для позитивної оцінки предмета, а також із метою викликати співчуття у читачів: «...врятували **песика** зі сміття в річці»; «Для **маленького цуценяти** сьогодні щасливий день»; «... лісівники знайшли і прихистили козулю з **перебитою нізкоюю**» (Закарпаття); «... **малюків-сиріт**, ... **діточок** учасників бойових дій»; «**Старенька** жалілася на рідного онука» (Панорама). Апелюючи до емоцій і почуттів своїх реципієнтів, автор медіаповідомлення порушує стандарти неупередженого, об'єктивного висвітлення подій, що, очевидно, зумовлено самою тематикою описуваних подій, які є емоційними за своєю суттю.

Негативну оцінку формують суфікси із значенням безвідносної міри якості предмета, як-от: «...встигли **нагрішити** **зłodійкуваті** брати» (Закарпаття). Кількісно-оцінне значення прикметника із недостатнім ступенем міри формується за допомогою суфікса **-уват-** і додає до похідної лексеми з негативною узуальною конотацією семантичний відтінок ознаки, кількісно меншої, порівняно з тією, що передається лексемою **зłodій**. Таким чином негативна ознака у своєму незначному вияві викликає, крім негативної оцінки, невловиме співчуття до осіб, про яких ідеться в повідомленні. Негативну кількісну оцінку автор медіповідомлення може передавати і за допомогою прикметників надмірного ступеня вияву якості, яка визначається за наявністю суфікса **-езн-**: «на трасі – **довжелезний** затор»; «... **величезну** закриту територію» (Закарпаття).

Кількісна суб'єктивна оцінка в медіаповідомленнях формується і в тих випадках, коли автор вдається до використання ступеневих форм прикметників і прислівників: «До експозиційні **крайших** творів увійшли роботи зі скульптури; «дівчина з **найважчою** формою ДЦП» (Панорама); «**Найвідоміший** шаховий діяч Закарпаття»; «...відремонтувати дороги **ефективнішим** способом»; **Найбільше** від корупції в Україні страждають інвестори... **Найменше** на корупцію витрачають бізнесмени» (Закарпаття).

Саме здатність ступенів порівняння передавати ознаку в різних кількісних вимірах, що співвідносяться із кількістю переважальної ознаки, визначає й певний ступінь суб'єктивізму медіатексту, якщо автор не оперує фактами на користь власній оцінці, навіть якщо вона належить до категорії раціональних чи раціонально-емоційних. Проте ми спостерігаємо й такі випадки, коли ступені порівняння прикметників, виражаючи кількісну оцінку явищ чи предметів, не позначені суб'єктивізмом, оскільки вони є мовним вираженням логічної операції порівняння на основі зіставлення статистичних даних: «... **10 кандидатів** на посаду міського голови. Це **набагато менше**, ніж на виборах 2015 р., коли число охочих перевалювало за **два десятки**» (Панорама); **Далі** взяли за **дорожчий** крам (Закарпаття).

Висновки та перспективи

Незважаючи на те, що інформаційні тексти позбавлені безпосередньої авторської присутності, ми можемо спостерігати тенденцію до активізації модальних процесів у журналістському мовленні цього жанрового різновиду, що веде до індивідуалізації / суб'єктивізації тексту, а отже, до персоніфікації мовної особистості журналіста, що визначає вибір засобів виразності, впливаючи тим самим на організацію журналістського висловлювання.

Авторська присутність у медіатексті проявляється через категорію суб'єктивної модальності як експресивне вираження тих чи інших поглядів та емоцій мовця щодо змісту повідомлюваного. Структурним компонентом суб'єктивної модальності є модальність аксіологічна, що передає оцінку змісту висловлення з погляду відповідності його системі цінностей суб'єкта мовлення.

Основним засобом вираження суб'єктивної модальності є оцінна лексика, у семантиці якої наявний семантичний компонент, здатний передавати позитивну або негативну авторську оцінку. Аксиологічна інтерпретація оцінної лексики засвідчила, що часто в основу оцінного значення закладено соціальні стереотипи, а авторська оцінка виражається через оцінні судження, не підкріплені фактами. Моральна оцінка в медіатекстах представлена такими різновидами, як етична, нормативна, естетична, утилітарна. Кількісно найбільше представлена утилітарна оцінка, що визначає ступінь корисності предмета чи явища в досягненні певної мети, найменше – етична. Це свідчить, що предметом відображення є практична сфера життя соціуму. Когнітивна оцінка реалізована в таких різновидах: раціональна, представлена предметно-логічним компонентом семантики, передає об'єктивний смисл повідомлюваного; емоційна формує суб'єктивні смисли і сприяє суб'єктивізації / авторизації / персоналізації медіаповідомлення. У кількісному плані вони представлені рівноцінно, що засвідчує значний ступінь авторської присутності в медіатексті, у супереч жанровим вимогам, які визначають мінімальну вагу авторського «Я» в інформаційних повідомленнях. Абсолютну більшість становить інгерентна оцінка – індивідуально-авторських, контекстно-ситуативних типів оцінного значення майже не виявлено. Питома вага лексем, які передають позитивну і негативну оцінку практично рівнозначна. Цей вид оцінки зумовлюється тематикою матеріалів і відповідає усталеним уявленням про добре й погане.

Найбільш продуктивним граматичним засобом суб'єктивізації інформаційного контенту є вставні елементи, які дозволяють висловити автору почуття й емоції переважно як позитивну реакцію на відображений факт дійсності, припущення, посилання на джерело інформація як засіб персоніфікації образу автора. Також активно функціонують у медіамовленні модальні частки, які, реалізуючи інформаційно-оцінну функцію, актуалізують цінні для автора смисли. Словотворчий потенціал суб'єктивної оцінки представлений значно менше – афіксами кількісно-оцінного значення.

Відтак, з одного боку, в інформаційних жанрах відчуваються позитивні зміни, що сприяють встановленню контакту між автором і адресатом медіаповідомлення, а з іншого – суб'єктивна авторська модальність є порушенням журналістських професійних стандартів щодо об'єктивного і неупередженого подання фактичної інформації.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо в розгляді комунікативно-прагматичного потенціалу мовних засобів персоніфікації медіатекстів новітніх журналістських форматів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Арутюнова, 1988 – *Арутюнова Н.Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 341 с.
- Балли, 1955 – *Балли Ш.* Общая лингвистика и вопросы французского языка. М., 1955. 416 с.
- Бернацька, 2011 – *Бернацька С.М.* Модальне значення можливості/необхідності в сучасній українській мові: автореф. дис. ...канд. філол. Наук: 10.02.01 «Українська мова». К., 2011. 23 с.
- Бондарко, 1996 – *Бондарко А.В.* Проблемы грамматической семантики и русской аспектологии. СПб., 1996. 219 с.
- Виноградов, 1975 – *Виноградов В.В.* О категории модальности и модальных словах в русском языке. Исследования по русской грамматике: избранные труды. М. 1975. С. 53–87.
- Войналович, 2013 – *Войналович Л.П.* Модальність як багатоаспектна лінгвістична категорія. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія : Філологічні науки. 2013. Кн. 3. С. 28-32.

- Доценко, 2006 – *Доценко О.Л.* Семантико-прагматичний синтаксис: особливості вираження модальності: Монографія К.: Міленіум, 2006. 262 с.
- Космеда, 2000 – *Космеда Т.А.* Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Львів : ЛНУ імені І. Франка, 2000. 305 с.
- Кудинова, 2009 – *Кудинова Л. В.* Автор – текст – аудиторія : проблеми діалога в публіцистическє : авторєф. дис. ... канд. філол. наук. Воронеж, 2009.19 с.
- Палєнко, 2013 – *Палєнко О.* Типологія медіатекстів. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2013. Вип. 28. С. 266-272.
- Розенталь, Телєнкова, 1976 – *Розенталь Д. Э., Телєнкова М. А.* Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. М.: Просвещение. 1976. 544 с.
- Романова, 2008 – *Романова Т.В.* Модальность. Оценка. Эмоциональность. Нижний Новгород, 2008. 309 с.
- Сидорєнко, Вишняк, 2020 – *Сидорєнко О.П., Вишняк Л.Н.* Мовні прояви суб'єктивізму в газетному тексті. XVI Всеукраїнська науково-практична конференція "Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти" : тези доповідей . Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 132-137.
- СУМ – Словник української мови: в 11 тт. АН УРСР. Інститут мовознавства. К.: Наукова думка, 1970-1980.
- Телека, 2014 – *Телека М.* Суб'єктивна модальність висловлення у писемній комунікації. Актуальні питання суспільних наук та історії медицини. 2014. №4. С. 82-89
- Чижинєк, 2013 – *Чижинєк Г. П.* Вираження авторського "Я" в газетних жанрах журналістики. Вісник Харківської державної академії культури. 2013. Вип. 41. С. 158-164.
- Шведєва, 1960 – *Шведєва Н.Ю.* Очерки по синтаксису русской разговорной речи. М., 1960. 378 с.

REFERENCES

- Arutjunova, 1988 – Arutjunova N.D. Tipu jazykovyh znachenij: Ocenka. Sobytie. Fakt. M.: Nauka, 1988. 341 s.
- Balli, 1955 – Balli Sh. Obsbhaja lingvistika i voprosy francuzskogo jazyka. M., 1955. 416 s.
- Bernac'ka, 2011 – Bernac'ka S. M. Modal'ne znachennja mozhlyvosti/neobhidnosti v suchasnij ukrai'ns'kij movi: avtoref. dys. ...kand.. filol. Nauk: 10.02.01 «Ukrai'ns'ka mova». K., 2011. 23 s.
- Bondarko, 1996 – Bondarko A.V. Problemy grammaticheskoy semantiki i russkoj aspektologii. SPb., 1996. 219 s.
- Vinogradov, 1975 – Vinogradov V.V. O kategorii modal'nosti i modal'nyh slovah v russkom jazyke. Issledovanija po russkoj grammatike: izbrannye trudy. M. 1975. S. 53–87.
- Vojnalovych, 2013 – Vojnalovych L.P. Modal'nist' jak bagatoaspektna lingvistyczna kategorija. Naukovi zapysky [Nizhyn'skogo derzhavnogo universytetu im. Mykoly Gogolja]. Serija : Filologichni nauky. 2013. Kn. 3. S. 28-32.
- Docenko, 2006 – Docenko O.L. Semantyko-pragmatychnyj syntaksys: osoblyvosti vyrazhennja modal'nosti: Monografija K.: Milenium, 2006. 262 s.
- Kosmeda, 2000 – Kosmeda T.A. Aksiologichni aspekty pragmalingvistyky: formuvannja i rozvytok kategorii' ocinky. L'viv : LNU imeni I. Franka, 2000. 305 s.
- Kudinova, 2009 – Kudinova L. V. Avtor – tekst – auditorija : problemy dialoga v publicistike : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2009.19 s.
- Palijenko, 2013 – Palijenko O. Typologija mediatekstiv. Pedagogika formuvannja tvorchoi' osobystosti u vyshhij i zagal'noosvitnij shkolah. 2013. Vyp. 28. S. 266-272.
- Rozental', Telenkova, 1976 – Rozental' D. Je., Telenkova M. A. Slovar'-spravochnik lingvisticheskikh terminov. Izd. 2-e. M.: Prosveshhenie. 1976. 544 s.
- Romanova, 2008 – Romanova T.V. Modal'nost'. Ocenka. Jemocional'nost'. Nizhnij Novgorod, 2008. 309 s.

- Sydorenko, Vyshnjak, 2020 – Sydorenko O.P., Vyshnjak L.N. Movni projavny sub`jektyvizmu v gazetnomu teksti. HVI Vseukrai'ns'ka naukovo-praktychna konferencija "Zhurnalists'ka osvita v Ukraini: sivitovi profesijni standarty" : tezy dopovidej . Sumy : Sums'kyj derzhavnyj universytet, 2020. C. 132-137.
- SUM – Slovnyk ukrai'ns'koi' movy: v 11 tt. AN URSSR. Instytut movoznavstva. K.: Naukova dumka, 1970-1980.
- Teleka, 2014 – Teleka M. Sub`jektyvna modal'nist' vyslovlennja u pysemnij komunikacii'. Aktual'ni pytannja suspil'nyh nauk ta istorii' medycyny. 2014. №4. S. 82-89
- Chyzhynok, 2013 – Chyzhynok G. P. Vyrzhennja avtors'kogo "Ja" v gazetnyh zhanrah zhurnalistyky. Visnyk Harkivs'koi' derzhavnoi' akademii' kul'tury. 2013. Vyp. 41. S. 158-164.
- Shvedova, 1960 – Shvedova N.Ju. Ocherki po sintaksisu russkoj razgovornoj rechi. M., 1960. 378 s.

Received: 07 March, 2021