

УДК 811.133.1

Лут К. А.

канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ МОДАЛЬНОСТІ У ФРАНЦУЗЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Науковців давно цікавить проблема існування додаткових смислів висловлювання та способи більш глибокого проникнення у внутрішню структуру значення слова і виявлення імпліцитного змісту тексту.

У різний час проблемою визначення поняттєвого обсягу терміна «суб'єктивна модальність» займалися Л. Г. Бабенко, Ш. Баллі, Л. Г. Барлас, Н. С. Валгіна, С. С. Вауліна, В. В. Виноградов, О. В. Девіна, І. В. Смуцинська та ін. Не зважаючи на це, все ще залишається низка нерозв'язаних питань, пов'язаних із змістом категорії модальності, її функціональним аспектом, а також із засобами її вираження у процесі творення публіцистичного тексту.

Актуальність дослідження пов'язана, насамперед, з тим, що зміст категорії модальності та способи її реалізації змінюються під впливом соціально-історичних умов. Метою дослідження є виявлення способів реалізації категорії суб'єктивної модальності у французьких публіцистичних текстах (на прикладах *Le Monde* [2] і *Le Figaro* [1]).

Модальність як універсальна категорія є необхідною ознакою тексту і відіграє важливу роль у формуванні його комунікативної перспективи. Вона передбачає, що автор тексту не тільки передає інформацію про дійсність, але й виражає своє ставлення та свою оцінку до неї через різноманітні засоби.

Основними засобами вираження категорії суб'єктивної модальності у французькій мові є лексичні, лексико-семантичні та синтаксичні. Серед лексичних засобів виділяють аксіологічну лексику, що надає оцінку подіям: *heureusement*, *malheureusement*, *effectif*, *bien plus simple*, *mauvais*, *la meilleure réponse* і т.д. У якості підсилюваної частки часто використовуються прислівники *vraiment*, *déjà*, *très*, *beaucoup* та ін.

Вставні слова та словосполучення, які граматично не пов'язані з членами речення, можуть додавати різних смислових відтінків, виражати почуття, настанови, переконання автора тощо: *en effet, en fait, en réalité, pourtant* та ін.

Експресивна оцінка та вираження авторського «Я» може проявлятися за допомогою таких лексико-семантичних засобів, як епітети, гіперболи, порівняння, метафори тощо.

Образні порівняння сприяють підсиленню експресивності висловлювання: *Notre campagne s'endort, comme un vieillard qu'on oublie; Comme un animal qui cherche à fuir son prédateur*

Метафори у публіцистичних текстах не тільки допомагають зробити опис більш образним, але й несуть оцінне осмислення, визначення сутності того чи іншого явища і авторського ставлення до нього: *la métropole s'éveille; Il est vrai que depuis le confinement décrété le 17 mars, le parcours des fleuristes n'a pas été un chemin tapissé de roses; douchant les espoirs d'un assouplissement des relations avec l'arrivée au pouvoir de Joe Biden.*

Гіперболи теж можуть сприяти відтворенню авторського ставлення до повідомлюваної інформації, оскільки акцентують увагу на специфічній характеристиці: *Depuis le lancement de la nouvelle génération de téléphonie mobile début décembre, les opérateurs télécoms déploient à tour de bras.* Часто гіперболи утворюються за допомогою префіксів: *super, ultra, hyper, archi, extra, sur* та ін.: *des logements hyper-écologiques et connectés; À l'ère de l'hyper-défiance, les dirigeants politiques doivent donner l'exemple; Le retour en arrière et l'ultra-localisme punitif, c'est non*

До синтаксичних засобів можна віднести риторичні питання, які примушують читача замислитись над поставленою проблемою: *Le bitcoin est-il un placement comme un autre? Les Argentins seraient-ils devenus des cryptoadeptes?*

Суб'єктивні модальні форми слугують для передачі різних значень. Вони можуть демонструвати ступінь упевненості / невпевненості мовця у валідності змісту висловлювання, однак, інколи можуть пом'якшувати категоричність висловлювання. Одним із засобів хеджування можна вважати *La Voix Passive* (пасивний стан) та *Participe Passé* (дієприкметник минулого часу), що виступає в ролі означення, оскільки вони допомагають опустити виконувача дії: *Les logements énergivores bientôt considérés comme «indécents».*

Для підтвердження впевненості автори публіцистичних текстів зазвичай використовують прислівники із відповідною семантикою: *sûrement, certainement, bien sûr* та ін.; модальні дієслова: *devoir*, або граматичний час *Futur*, який передає упевненість автора у повідомлюваній інформації. Відтінок сумніву або невпевненості за допомогою дієслова *pouvoir* та умовного способу *Conditionnel* або *Subjonctif*.

Модальні слова та звороти *peut-être*, *probablement*, *il est probable*, модальні дієслова *pouvoir*, *se pouvoir*, а також умовний спосіб *Conditionnel Present* використовуються для позначення припущення.

Отже, як бачимо, автори французьких публіцистичних текстів активно використовують засоби реалізації категорії суб'єктивної модальності задля передачі власного ставлення до повідомлюваної інформації та для створення певної думки у реципієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Le Figaro [Electronic resource] – Access mode:
<https://www.lefigaro.fr>
2. Le Monde [Electronic resource] – Access mode:
<https://www.lemonde.fr>