

– створення центрів дистанційної освіти на базі існуючих в країні інститутів післядипломної освіти подвійного підпорядкування: а) Міністерству освіти і науки України, на яке покладається визначення стратегічної мети і завдань дистанційної освіти, її змісту (навчальні

програми) та стандартів; б) обласним інститутам підвищення кваліфікації педагогічних кадрів;

– виявлення та оцінювання реальної ситуації на регіональному та місцевому рівнях щодо потреб населення у дистанційному навчанні, в т.ч. іноземних мов, прогнозування його розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Melton R. Planning and developing open and distance approach. London : Routledge, 2002. 223 p.
2. White C. Language Learning in Distance Education. Cambridge : Cambridge University Press, 2003. 258 p.
3. Robinson B. Assuring quality in open and distance learning. In F. Lockwood (ed.) Materials Production in Open and Distance Learning. London : Paul Chapman Publishing, 1994. P. 185-194.
4. Жамин В.А. и др. Экономика народного образования: учебник для студ. пед. ин-тов. Москва : Просвещение, 1986. 336 с.
5. Prescott W., Robinson B. Teacher education at the Open University. In Perraton H. (ed.), 1993. P. 287-315.
6. Rumble G. A Basic Framework for Analysing Revenue Costs. In Greville Rumble, The Costs and Economics of Open and Distance Learning. London : Kogan Page, 1997. P. 21-30.
7. Peters O. Some observations on dropping out in distance education // Distance Education. 1992. Vol.13, №2. P. 234-269.
8. Simpson O. Supporting Students in Online, Open and Distance Learning. Second Edition. London : Kogan Page, 2002. 226 p.
9. Baumann U., Shelley M. The experience of learning German at a distance // Open Learning. 2003. Vol.18, №1. P. 61-74.
10. McGivney V. Staying or Leaving the Course, National Institute of Adult Continuing Education (NIACE). Leicester, 1996.

УДК 811.112.2'272'367.32:82.0–84

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.1.22>

МОДАЛЬНА СІТКА В ТЕКСТАХ НІМЕЦЬКИХ СЛОГАНІВ ТА СЕНТЕНЦІЙ

MODAL GRID IN GERMAN SLOGANS AND SENTENCES

Мамедова А.І.,

orcid.org/0000-0002-8014-6872

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри викладання другої іноземної мови

Запорізького національного університету

Курохтіна А.М.,

orcid.org/0000-0002-7820-0403

старший викладач кафедри викладання другої іноземної мови

Запорізького національного університету

Інформація та форми її пред'явлення займають важливе місце у житті сучасної людини. Слогани та сентенції, будучи мінітекстами, у стислій формі акумулюють інформацію про людину та світ, який її оточує. Загальна тенденція гуманітарної парадигми знання до соціокультурного вивчення мовленнєвої діяльності демонструє підвищений інтерес саме до мовного картинування світу вербальними засобами. Незважаючи на те, що феномен модальності має давню історію освоєння лінгвістикою, в цій розробці категорія розглянута на прикладі текстів німецьких сентенцій та слоганів, в яких відображено специфіку національних характерів і ціннісних орієнтирів етносу. Модальність віддзеркалює відношення змісту висловлення до реальної дійсності, відношення суб'єкта мовлення до дії. Аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що всі тексти слоганів та сентенцій організовано як мінітексти. В мінітекстах презентовано фактично весь вербальний арсенал модальних засобів. Традиційно виділяють внутрішню та зовнішню модальність. Якісний склад внутрішньої модальності заявлено такими формантами, як індикатив, кон'юнктив та імператив. Індикатив виступає презентантом реальності дії сьогодення; імператив є маркером спонукальної, а кон'юнктив - формантом нереальної умовно-бажаної реальності. Внутрішню модальність декларують модальні дієслова, слова та частки з модальним значенням. Конструкції зі складним предикатом, де першою частиною виступають модальні дієслова,

становлять найбільш численну групу формантів зовнішньої модальності. Тексти сентенцій презентують весь спектр модальних дієслів. Роль формантів зовнішньої модальності відіграють і модальні слова та слова, які несуть на собі конотативне навантаження. Саме вони підсилюють емоційний вплив на читача. Простота слоганів та сентенцій зумовлено лаконічністю викладу, що, у свою чергу, передбачає особливі поєднання засобів обох типів модальності, тобто поєднання імперативу та індикативу з модальними словами та сталими виразами.

Ключові слова: слоган, сентенція, модальність, внутрішня модальність, зовнішня модальність.

Information and forms of its presentation occupy an important place in the life of modern man. Slogans and maxims, being mini-texts, accumulate information in a concise form about a person and the world around him. The general tendency of the humanitarian paradigm of knowledge to the socio-cultural study of speech activity shows an increased interest in the linguistic picture of the world by verbal means. Despite the fact that the phenomenon of modality has a long history of linguistics, in this development the category is considered on the example of texts of German maxims and slogans, which reflect the specifics of national characters and values of the ethnic group. Modality reflects the relationship of the content of the statement to reality, the relationship of the subject of speech to the action. Analysis of the factual material allows us to state that all the texts of slogans and sentences are organized as minitext. In mini-texts, virtually the entire verbal arsenal of modal means is presented. Traditionally, there are internal and external modality. The qualitative composition of the internal modality is stated in such formats as indicative, conjunctive and imperative. The indicative acts as a present of the reality of today's action; the imperative is a marker of motivation, and the conjunctive is a marker of unreal conditionally desired reality. Internal modality is declared by modal verbs, words and particles with modal meaning. Constructions with a complex predicate, where the first part is modal verbs, are the most numerous group of formants of external modality. Sentence texts present the whole spectrum of modal verbs. The role of formants of external modality is played by modal words and words that carry a connotative load. They enhance the emotional impact on the reader. The simplicity of slogans and sentences is due to the conciseness of the presentation, which, in turn, involves special combinations of means of both types of modality, the combination of imperative and indicative with modal words and fixed expressions.

Key words: slogan, sentence, modality, internal modality, external modality.

Постановка проблеми. Сучасне життя відзначено досить високим темпом життя, що задекларовано в інформації та у формі її пред'явлення. Слогани і сентенції є своєрідною рефлексією на процеси та поняття, пов'язані з важливими явищами сучасного світу. Саме у цих мінітекстах, чим і є слогани та сентенції, у досить стислій формі подається великий обсяг інформації. Досить важливим є також і те, як подається інформація, яке емоціональне навантаження вона демонструє, тобто модальність. Саме тексти німецьких слоганів і сентенцій (далі СіС) стали **об'єктом** нашої роботи, а її **предметом** – модальна сітка в текстах слоганів та сентенцій.

Аналіз досліджень і публікацій. Щодо самого феномена модальності, то можна стверджувати, що він має давню історію освоєння лінгвістикою. Він був введений Аристотелем, одержав свій розвиток у роботах І. Канта. У мовознавстві модальність виступає як «одно із найважливіших і провідних комунікативних аспектів речення й висловлення» [1, с. 31]. Так А.П. Загнітко розглядає модальність як «реальність чи нереальність дії» [2, с. 115]. Зазвичай модальність виступає як семантико-прагматична категорія, що характеризує ставлення мовця до дійсності [3, с. 6-12].

Говорячи про категорію модальності, можна виділити такі її основні ознаки: модальність характеризує відношення змісту висловлення до реальної дійсності, відношення суб'єкта мовлення до дії.

Традиційно виділяють внутрішню та зовнішню модальність. Конституантами внутрішньої

модальності виступають індикатив, кон'юнктив та імператив, зовнішню декларують стійкі словосполучення з граматичною спрямованістю, модальні слова та частини мови, які виконують модальну функцію [4, с. 237]. Відразу ми також визначимо й те, що імператив ми будемо розглядати як внутрішню модальність, незважаючи на те, що багато лінгвістів не відносять його до модальності зовсім.

У лінгвістичних розвідках модальність розглядалась на прикладі текстів та мінітекстів. У сучасній лінгвістиці фактично відсутні роботи, пов'язані з цією категорією на прикладі текстів слоганів та сентенцій. Саме цим і визначається **актуальність** цієї розвідки. **Метою** є детальний аналіз внутрішньої та зовнішньої модальності та їх конституентів.

Постановка завдання. Досягнення мети дослідження передбачає виконання наступних завдань:

- проаналізувати корпус слоганів і сентенцій,
- їх с точки зору внутрішньої та зовнішньої модальності;
- виділити їх основні форманти.

Найбільш продуктивною у текстах СіС виступає внутрішня модальність (82%) (див табл. 1):

Таблиця 1
Модальні засоби в текстах СіС

Модальність	Кількість	
Внутрішня	123	82%
Внутрішня + Зовнішня	24	16
Зовнішня	3	2%
Разом	150	100%

Це пояснюється тим, що аналізовані тексти описують або фіксують ту чи іншу життєву ситуацію:

Ich hasse es, wenn die Stimmen in meinem Kopf verstummen sind. Dann weiß ich nicht, was die Penner planen (Я ненавиджу, коли голоси в моїй замовкають. Тоді я не знаю, що ці бомжі планують).

Формантами внутрішньої модальності виступають: індикатив, кон'юнктив та імператив.

Індикатив в текстах слоганів та речень констатує реальність дії сьогодення, щоб спростувати факт здійснення дії:

Glück ist, wenn man gesund ist. Und wenn die, die wir lieben, auch gesund sind. (Щастя – це коли ти здоровий. І коли всі, кого ти любиш, здорові).

Імператив є маркером спонукальної модальності. Завдяки йому дотримується інтенція мовця при вирішенні той чи іншого завдання. У випадку з текстами СіС – це спонукування читача до активної дії:

Glaube an Wunder, Liebe und Glück! Schau nach vorn und nicht zurück! Tu, was du willst, Und steh dazu, Denn dein Leben lebst nur du! (Вір в чудеса, любов і щастя! Дивись вперед, а не назад! Роби, що хочеш, і тримайся, бо тільки ти живеш своїм життям!)

В імперативі найбільш частотною є форма другої особи однини, що пояснюється, на наш погляд тим, що інтенція направлена на читача, який сприймає все по своєму. До того ж завдяки цьому досягається певний ступінь внутрішнього сприйняття запропонованого тексту:

Finde immer Zeit für die Dinge, die dich daran erinnern, wie schön das Leben ist (Завжди знаходьте час для речей, які нагадують вам, як прекрасно це життя).

Цікавою формою імперативу виступає і інфінітив дієслів. Найбільш часто це спостерігається на вивісках та плакатах:

Einfach tun, was richtig ist. Einfach lassen, was nichts bringt. Einfach sagen, was man denkt. Einfach leben, was man fühlt! Einfach ist nicht leicht! Einfach ist am schwersten! (Просто робити те, що правильно! Просто залиш те, що не працює. Просто скажіть то, що думаєте. Просто - не легко! Легко – найважче!)

Кон'юнктив виступає формантом нереальної умовно-бажаної реальності. В текстах слоганів та речень він виступає як особисте ставлення до навколишніх явищ або як спонукування до певних дій тих, на кого спрямована ця інформація:

Ich wäre auch lieber reich als sexy, aber... was soll ich machen? (Я вважаю за найкраще бути багатим, ніж сексуальним, але що мені робити?...)

Поряд із внутрішньою в текстах СіС представлена і зовнішня модальність (3%). Найбільш чис-

ленну групу формантів зовнішньої модальності становлять конструкції із складним предикатом, де першою частиною є модальне дієслово:

Jeder muss an etwas glauben, Und ich glaube, ich trinke noch einen (Кожен має у щось вірити, я вірю, що я вип'ю ще).

Модальні дієслова, як форманти зовнішньої модальності, представлені фактично всім своїм арсеналом:

Das Glück muss entlang der Straße gefunden werden, nicht am Ende des Weges; Wer nicht will, findet Gründe. / Wer will, findet Wege (Щастя треба шукати на дорозі, а не в кінці шляху. Той, хто не хоче, шукає причину. Хто хоче, шукає можливість). Was du im Herzen trägst, kann dir niemand nehmen (То, що ти маєш в серці, в тебе ніхто не зможе забрати).

Домінантами у цьому списку модальних дієслів виступають **müssen, können, wollen**:

Alles, was man nicht im Liegen machen kann, muss bis morgen warten (Все, що не можна робити у ліжку, може зачекати до завтра); Ich mag Köpfe, die mitdenken können, einen Mund, der argumentieren, lachen, küssen und Blödsinn quatschen kann. Ich mag Ohren, die einfach mal zuhören können und auch Zwischentöne registrieren. Ich mag Augen, die mehr sehen als den ersten Eindruck... (Мені подобаються голови, які вміють думати самостійно, рот, який аргументує, сміється, цілує, може казати дурниці. Мені подобаються вуха, які вміють просто слухати, а також реєструвати нюанси. Мені подобаються очі, які бачать більше, ніж здається на перший погляд). Wenn ich tanzen will, dann tanze ich so, wie es mir gefällt (Якщо я бажаю танцювати, я буду танцювати так, як це мені подобається).

Частотність саме цих модальних дієслів пояснюється на наш погляд тим, що вони найбільш чітко описують відношення до життєвих ситуацій, які є темами слоганів та речень.

У багатьох текстах можна спостерігати, що одночасно у СіС працюють декілька модальних дієслів:

Dein Körper kann alles schaffen. Es ist dein Geist, den du überzeugen musst! (Ваше тіло може все. Це – твій дух, який ти можеш переконати!)

Особливу роль формантів зовнішньої модальності відіграють модальні слова або частини мови, які несуть на собі особливе конотативне навантаження, що підсилює емоційний вплив текстів на читача:

Alles wird gut! Nein! Manchmal wird nicht mehr alles gut... Sondern anders! (Все буде добре! Ні! Іноді не все буде добре... А скоріш – інакше!)

Так, у цьому тексті синергетично поєднуються модальне навантаження декількох слів: заперечення «*Nein!*» підсилюється словосполученням «*nicht mehr*», а протиставлення «*sondern anders!*», дає можливість вибору, тобто головна думка цієї речення припускає різний тип реагування на неї.

Модальні слова або частини мови, які виконують цю роль та являються формантами зовнішньої модальності, відрізняються різноманіттями своїх відтінків. Найбільш часто представлені в текстах речень та слоганів модальні слова зі значення заперечення:

Wenn der Plan nicht funktioniert, dann ändere den Plan! Aber niemals das Ziel! (Якщо план не працює, тоді зміни цей план! Але ніколи мету!); *Heute tu ich mal ganz nicht! Nix!* (Сьогодні я нічого не роблю. Нічого!). Ці заперечення мають у текстах не негативне, а позитивне значення.

Модальне значення заперечення відіграють і паралельні конструкції з прислівником «ohne»:

Ein Haus ohne Katze ist wie ein Garten ohne Blumen (Хата без кішки – як сад без квітів) або *Ein Haus ohne Tiere ist wie ein Himmel ohne Sterne* (Хата без тварин – як небо без зірок).

Модальними словами виступають і питальні слова:

Waaaaaaaas... Schon wieder Montag! (Щоооооооо... Вже знову понеділок?).

Не можна ні замітити, що додатковим виразником модальності у цьому тексті є багаторазове повторення літери «а», що тільки посилює питальну інтонацію, тобто інтенцію подиву. Інтенція спонукальності представлена у наступному тексті, де представником модальності виступає іменник «Hilfe!»: *HIILFFEEEE! Warum kann der Tag nicht warten, bis ich ausgeschlafen habe...* (Допоможіть! Чому день не може почекати, доки я висплюся?).

Розмаїтість засобів вираження зовнішньої модальності заявлена і підсилювальною часткою «zu»:

Es ist nicht zu spät (Ще не пізно!). Характерними представниками модальності є й такі модальні слова, які «schön»: *Schön, dass es dich gibt!* (Чудово,

що ти є!) – позитивна конотація; «bisschen»: *Ich bin nicht alt. Ich bin schon ein bisschen länger jungt als andere* (Я не старий. Я тільки трошки довше молодий ніж інші) – зменшувальна інтонація.

Відразу треба відзначити, що досить часто зовнішня модальність посилює внутрішню модальність в текстах:

Ich mag es, wenn ich nicht aufpassen muss, was ich sage. Dann weiß ich, dass ich Zeit mit Richtigen verbringe (Мені подобається, коли мені не потрібно бути обережним, коли я говорю. Тоді я знаю, що провожу час з потрібними людьми).

Слогани та речення як мінітексти демонструють симбіоз обох типів, де внутрішня та зовнішня модальність не перехреснюються, а взаємодіють одна з одною, підсилюючи конотативну свою направленість.

Так досить цікавим є поєднання наказового способу та стійких словосполучень:

Warte haben Macht! Gib immer auf sie Acht! (Зачекай з тим, щоб мати владу! Завжди пам'ятай про це!).

У даному тексті імператив підсилюється стійким словосполученням «Achtgeben», що означає «Приділяти чомусь особливу увагу», тобто порада, яка дана у цьому тексті – найважливіша, отже на неї треба звернути особливу увагу.

Підсилюють стійкі словосполучення і індикатив, тобто в тексті слогана одночасно зустрічаються форманти внутрішньої та зовнішньої модальності: *Ein Freund ist jemand, der dir aus dem tiefsten Loch, in das du gefallen bist, wieder herushilft, dir Mut macht und zu dir steht, egal, was kommt!* (Друг – це той, хто допоможе вам вибратися з найглибшої ями, до якої ви потрапили, надає вам мужності і стоїть поруч, незважаючи ні на що).

Таким чином, ми можемо стверджувати, що спектр модальних засобів емпіричного матеріалу в текстах німецьких слоганів та речень включає до свого складу форманти всіх типів модальності: внутрішньої (індикатив, кон'юнктив, імператив), зовнішньої (модальні дієслова, слова і частки) та внутрішньо-зовнішньої.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Михайлов Л. М. Коммуникативная грамматика немецкого языка М. : Высшая школа, 1994. 256 с.
2. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови: морфологія. Донецьк : ДонНУ, 1996. 437 с.
3. Dieling K. Zur Funktion von Modalwörtern in Aufforderungen. Deutsch als Fremdsprache. 1988. № 1. S. 6-12.
4. Тестелец Я. Г. Введение в общий синтаксис. М. : Гос. гуман. ун-тет, 2001. 800 с.