

УДК 316.77:[81'37:005.92]

DOI: 10.32840/cru2219-8741/2022.1(49).4

Н. І. Тяпкіна

кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри видавничої справи та редагування
e-mail: nataliatiapkina@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3251-0921
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

ПАРАМЕТРИ МОДАЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВИХ ТЕКСТІВ

Мета дослідження – уточнення поняття модальності в теорії соціальних комунікацій та інформаційній діяльності, характеристика параметрів модальності офіційно-ділових текстів та актуалізація розуміння цієї категорії в діловому публічному просторі як інструменту донесення інформації.

Методологія дослідження. Для дослідження модальності офіційно-ділових текстів використано методи аналізу й синтезу, систематизації даних та їх інтерпретації. Зроблено огляд літератури про вивчення модальності, порушено питання про мультидисциплінарність аналізованого явища, а також схарактеризовано підходи до вивчення модальності у сфері соціальних комунікацій. Для аналізу залучено контент офіційно-ділових текстів публічного простору.

Результати. На основі аналізу наукової літератури актуалізовано підходи до розуміння категорії модальності в публічних офіційно-ділових текстах, схарактеризовано її види та форми вираження. Описано об'єктивну та суб'єктивну модальності, формальні вияви її реалізації. У публічному просторі через офіційно-ділові тексти набуває вираження об'єктивна модальність, що позначає реальний світ, винятком є документи, які включають гіпотетичні/ймовірні/майбутні міркування, наприклад, план роботи чи стратегія розвитку. Згадані документи описують псевдореальний світ, з одного боку, а з іншого – фіксують конкретні думки, у конкретний момент дійсності, тобто належать до текстів, що позначають реальність за допомогою підписів, дат, печаток. Модальні значення використовують у текстах офіційно-ділових документів, щоб підкреслити імперативний характер повідомлення, якомога точніше зафіксувати дійсність, спонукати реципієнта до дії чи, навпаки, стримати від порушень за допомогою інструкцій, правил, розпоряджень.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в процесі вивчення курсів спеціальності 061 «Журналістика» та 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» з питань студіювання властивостей публічної інформації, осмислення її потенціалу та способів реалізації, а також практиками з інформаційної сфери для розуміння інструментів відтворення та оцінювання реальності в сучасному публічному просторі.

Ключові слова: модальність, офіційно-діловий текст, суб'єктивна модальність, об'єктивна модальність.

I. Вступ

У наукових працях питання модальності, формальних виявів її презентації, незважаючи на тривалість вивчення, залишається однією з актуальних проблем, що виходить за рамки закритої системи та поєднується з питаннями опису соціуму, його буття загалом та культури зокрема. Початки окреслення трьох модусів буття і відповідно трьох модальностей висловлювання (необхідність, можливість та реальність) належать до найдавніших тем філософії. Уперше поняття «модальність» було згадано в «Метафізиці» Аристотеля. Категорія модальності пов'язана передовсім із мисленням людини, що дозволяє теоретичні розробки питання в логіці транслювати не лише на логіку як науку про мислення, а й на психологію, лінгвістику та інші науки, що вивчають зв'язок мислення та мовлення, як категорію, що об'єднує різні сфери наукової діяльності. На сьогодні немає повного й системного опису цього явища, що ускладнюється його багатоплановістю та мультидисциплінарністю вивчення (філософія, лінгвістика, літературознавство, психологія, соціальні комунікації тощо), а також специфічністю вираження й функціональними особливостями в кожній предметній галузі.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Недостатнє наукове осмислення категорії модальності й засобів її трансляції в публічних офіційно-ділових текстах зумовлюють актуальність нашого дослідження, метою якого є уточнення поняття модальності в теорії соціальних комунікацій та інформаційній діяльності. У сучасних дослідженнях категорії модальності поширений її аналіз у прагматичному аспекті. З огляду на це об'єктом таких досліджень є тексти, що мають виразну прагматичну спрямованість, зокрема

офіційно-ділові. Завданнями нашої роботи є характеристика модальності офіційно-ділових текстів, окреслення параметрів їх реалізації в публічній сфері, розмежування суб'єктивної та об'єктивної модальності в публічних текстах, а також уточнення форм вираження суб'єктивної модальності документів у соціальних медіа. Для аналізу категорії модальності використано загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, індукції, порівняння, систематизації та інтерпретації фактів. Інтерпретаційний метод дав змогу продемонструвати залежність аналізованих текстів від культурної традиції та стану розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

III. Результати

У філософських, лінгвістичних словниках, енциклопедіях поняття «модальність» пов'язують із латинським словом «modus», що позначає міру, спосіб і характеризує судження за виявом ствердження: необхідність, можливість, випадковість, неможливість тощо. У психології «модальність» позначає приналежність людини до певної сенсорної системи (аналізатора) і використовується для позначення відчуттів, сигналів, стимулів, інформації тощо, також розглядається як канал, через який людина сприймає зовнішні подразнення. Модальність корелює з категорією суб'єктивності, механізмами виникнення емоцій та емоційного ставлення, експресивністю. На думку Т. Романової, емоційність, яка передається за допомогою мовних засобів, стосується різновидів модальності [9]. Найповніше, на нашу думку, категорія модальності розроблена в мовознавстві, зокрема в теорії тексту, що дає змогу використовувати ці знання та наукові узагальнення в інформаційній діяльності, журналістикознавстві, теорії редагування тощо [1; 2; 3; 4, с. 297–334; 8; 9; 10; 12]. Розглядається як категорія, що передає ставлення мовця до змісту власного висловлювання, цільову установку мовлення, співвідношення змісту висловлювання з дійсністю, може мати значення ствердження, наказу, побажання, припущення, достовірності, (не)реальності тощо. Модальність дослідниця О. Сушкевич визначає як основоположну категорію речення, висловлення, тексту й комунікації, що забезпечує динаміку мислення людини та самовираження. За допомогою модальності автор висловлює свою інтенцію, здійснює комунікативний вплив на співрозмовника, «вербалізує можливість того, про що говорить (алетична модальність), необхідність (деонтична), оцінку з позиції певної системи цінностей (аксіологічна), знання (епістемічна) тощо [10, с. 13]. Авторка зосереджує увагу на аксіологічній модальності як мовній категорії, що дає можливість оцінити особистісне та національно-культурне оцінне «я» мовця, що виражається в конкретних мовних ситуаціях. У науковій думці можемо спостерігати й інші інтерпретації виявів модальності: модальність загальна (повідомлення, питання, наказ, побажання); модальність волюнтативна (виражає ставлення суб'єкта дії до дії); модальність істинності / правдивості (ступінь упевненості змісту висловлювання мовця в реальній значущості) [3].

Л. Шнуровська зазначає, що модальність вказує на відношення змісту речення до дійсності, з яким пов'язано розуміння повідомлюваного як реального або ірреального, а також передає ставлення мовця до висловленої думки. При цьому останнє модальне значення можна визначити на основі детермінантів, що функціонують як комунікативні конструкції з відповідним семантичним забарвленням. Таким чином, модальність відбиває ставлення мовця до пропозиції, яке виражає: а) епістемічні відношення (істинність, віра, впевненість, доказовість тощо); б) оцінні відношення (бажаність, інтенція, можливість, зобов'язання, маніпуляції тощо) [12]. Погоджуємося з професором Ф. Бацевичем, що «попри існування значної кількості підходів до розуміння сутності модальності, все ж можна говорити про те, що домінантою цієї лінгвістичної категорії є ставлення до найзагальнішої ознаки (модусу сприйняття світу) – реальності / нереальності» [1, с. 154].

«Longman Dictionary of Contemporary English» дещо виходить за вищезгадані рамки, і модальність уже постає як ставлення мовця не лише до власного висловлювання, а й до співрозмовника та його ідей [13, с. 1058]. Це визначення наштовхує на думки про певну діалогічність у процесі сприйняття інформації, тобто перетин індивідуальних світів мовців, створених на основі їх реакцій. Таке розуміння цілком прийнятне для осмислення категорії модальності в соціальних комунікаціях та інформаційній діяльності. Аналізуючи модальність, спираючись на сучасну модальну логіку, професор З. Партико цей термін поширює й на соціальні комунікації та визначає як «відношення суб'єкта (спостерігача, дослідника) до тверджень, що виражається в оцінці суб'єктом цих тверджень з тієї чи іншої точки зору» [6, с. 64]. На думку науковця, «повідомлення може описувати різні світи: реальний, псевдореальний, ірреальний та невизначений. Відношення твердження до одного з цих світів називають модальністю. Як правило, всі твердження одного повідомлення мають одну й ту ж модальність» [7, с. 68]. Такий вид модальності називається об'єктивною модальністю.

Тексти реального світу позначають навчальну, наукову, виробничу сфери, реалізуються в журналістиці. До текстів реального світу належать й офіційно-ділові [11]. Немає сумніву в тому, що тексти документів подають (чи мають подавати) адекватний, достовірний інформаційний образ реального, поза ними існуючого світу. Ключові слова, що характеризують тексти документів, – істинність, дійсність, реальність, подія, явище; те, що відбулося насправді, і те, що об'єктивно існує. Про характеристику текстів документів як відбиток реальної дійсності сигналізують факти. Використання фактів у документах визначено, вони є базовим елементом, що є, з одного боку, основою інформаційного повідомлення, з іншого – виступають аргументами, обґрунтовуючи докази. Залежно від типу документа факти групуються, систематизуються, оцінюються та інтерпретуються. З моменту оцінювання та інтерпретації починає виявляти себе суб'єктивна модальність. У документах фіксується обраний людиною факт, фрагмент дійсності, певний аспект (подія), далі

при створенні документа легалізується різноплощинна подача цих фрагментів дійсності очевидцями подій. У документах свідки подій ставлять підписи, це й учасники зборів при оформленні протоколів, і заява чи службова записка, де, окрім власного підпису, ставиться підпис посадової особи для за-свідчення погодження з його змістом або для зобов'язання всіх, кому цей документ адресований. Встановити факт, тобто зробити його достовірним, означає здійснити його верифікацію, що в діловодстві здійснюється постійно, коли перевіряються документи, тобто факти в документах. Крім факту, який засвідчили декілька очевидців, у тексті документа знаками фактуальності можуть виступати статистичні дані, висновки експертів, цитування, витяги з інших документів. Усе це є формальними ознаками об'єктивної модальності. Статистичні дані виконують свою пряму функцію уточнення кількісних параметрів інформації.

Знаком фактуальності в документах є також проведення експертизи чи доручення експертних висновків для підтвердження чи спростування фактів, викладених в інших документах. Достовірність інформації підтверджується також цитуванням, персоніфікацією тексту. Зазначимо, що в основному в документах цитування передається непрямою мовою, хоча є й винятки, наприклад, протоколи допитів свідків та підозрюваних. У діловодстві доволі часто достовірність документа підтверджується іншими документами, які мають вищий рівень верифікованості. Наприклад, в особову справу вносяться дані всіх особистих документів: паспорта, ідентифікаційного коду, дипломів про освіту тощо. Тобто об'єктивна модальність у документах має різні форми та рівні вираження. Погодимось із Ф. Бацевичем, який зазначає: «Модальність, як і емпатія, виступає засобом «упаковування» інформації у висловлюваннях, дискурсах (текстах) і мовленнєвих жанрах, тобто є загальною комунікативною категорією у міжособистісному, груповому та інших типах спілкування. Об'єктивна модальність виявляється як важливий чинник добору і розгортання різних типів текстів (дискурсів), а також засіб формування стратегій і тактик інтеракції людей» [1, с. 164].

Зважаючи на думки дослідників, модальність будь-якого тексту й текстів офіційно-ділового стилю зокрема може виявлятися і на рівні знань, і на рівні оцінок, що корелює з розумінням об'єктивної (відношення висловлювання до дійсності) та суб'єктивної модальності (відношення мовця до висловлювання, у написаних текстах виражається вставними конструкціями, знаками оклику, модальними словами, уподобайками тощо, в усних – аудіо чи відео – за допомогою інтонаційно-емоційних засобів). Через суб'єктивну модальність тексту трансплюється ставлення автора до того, що він повідомляє, його позиція, ціннісні орієнтації. Такий вияв модальності можна віднести до реципієнтської (читацької) модальності, коли авторський текст збагачується коментарями, емодами, ба навіть поширеннями, як вияв однозначного схвалення думок. Вияв зовнішньої суб'єктивної модальності в публічних офіційно-ділових текстах характеризується всією палітрою зафіксованих модальних значень. І якщо всередині тексту модальність можна класифікувати за таким поділом: алетична (реалізується в модальних значеннях «необхідно», «можливо», «випадково», «неможливо»); епістемічна (визначають знання мовця про об'єкт – «відомо», «невідомо»; «спростовано», «доведено»; «переконаний», «сумніваються», «вірять»); деонтична, або логіка норм (пов'язується з логічними поняттями норми – «обов'язково», «дозволено», «заборонено»); темпоральна, або часова («було», «є», «буде»; «раніше», «одночасно», «пізніше»); каузальна, або причинова логіка («має причину», «не причиново», «не визначено причину»); логіка дії («бажає», «діє», «не діє», «протидіє», «утримується від дій»); логіка змін («виникає», «існує», «зникає», «не існує»; «виникає», «зникає», «вже є», «ще є», «вже нема», «ще нема»); логіка переваг («краще», «однаково», «гірше»); логіка існування («існує», «не існує») та ін. [6, с. 61], то в соціальних медіа яскраво виявляє себе насамперед аксіологічна, або логіка ознак (виражається читацька оцінка повідомлюваного – «добре», «погано»). Різні термінологічні найменування лише спонукають до глибшого осмислення та уточнення цього складного явища. Суб'єктивна модальність формалізується в словах-маркерах, які демонструють ставлення до сказаного чи написаного, та інших мовних, візуальних та аудіовізуальних чинниках, що супроводжують сучасний комунікативний процес.

Вияв суб'єктивної модальності в різних формах документів відрізняється. Нормативно-правові, організаційні, розпорядчі, довідково-інформаційні та інші типи мають свій домінуючий вияв суб'єктивної модальності. У розпорядчих документах фіксуємо імперативну модальність, що яскраво окреслюється в постановах, рішеннях, наказах, розпорядженнях, вказівках. Ключовими словами, що визначають модальність розпорядчих документів, є «постановляє» (постанова), «зобов'язую», «пропоную» (розпорядження, вказівка), «вирішив» (виконавчий комітет), «вирішила» (Верховна Рада / колегія / рада директорів), «вирішили» (у спільних рішеннях), «доручаю» (розпорядження). Яскраво виражені імперативні характеристики має наказ (ключове слово «наказую», наприклад, «Відповідно до Законів України “Про стандартизацію” і “Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності”, Угоди про проведення узгодженої політики в галузі стандартизації, метрології і сертифікації від 13.03.92 та з урахуванням висновків з результатами експертизи державного підприємства “Український науководослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості” **наказую:** 1. Прийняти такі, що додаються, національні стандарти України, гармонізовані з міжнародними та європейськими стандартами, з набранням чинності з 01.11.2014» (<https://ips.ligazakon.net/document/view>). Функціонування слів-маркерів («зобов'язаний», «учасник повинен», «наказую» тощо) зараховує тексти до категорії волюнтаривної суб'єктивної модальності. «Зобов'язаний», «повинен» – виражають обов'язковість виконання запланованої дії, невиконання якої несе покарання, що посилює експресію тексту.

Організаційні офіційно-ділові папери використовують словосполучення «має право», наприклад, «Ректор ЗНУ має право обґрунтовано відмовити у призначенні на посаду та укладенні контракту» (https://www.znu.edu.ua/docs/2019/statut_znu.pdf). Ідеться про дозвіл для суб'єкта за його бажанням втрутитися в хід подій, тобто є вірогідність виконання й такої дії. Синонімом до «має право» виступає модальне слово «може». У «Положенні про організацію освітнього процесу в Запорізькому національному університеті» йдеться про таке: «Університет у межах ліцензованих спеціальностей та освітніх програм може запроваджувати спеціалізації, перелік яких визначається та затверджується Вченою радою університету за поданням декана факультету» (http://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normativna_basa). Використання цього маркера суб'єктивної модальності пов'язано з логічним поняттям норми – «обов'язково», «дозволено», «заборонено».

У довідково-інформаційних (акти, звіти, довідки) та організаційно-правових (статут, положення, інструкція, правило, регламент, штатний розпис) документах фіксуємо епістемічну модальність, яка характерна для дескриптивних текстів. Завдання цих документів в основному не спонукати до дії, а описати її: «На загальних підставах відповідно до цього Порядку здійснюється призначення і виплата академічних стипендій студентам, аспірантам, докторантам з числа іноземців та осіб без громадянства, які постійно проживають в Україні, осіб, яким надано статус біженця в Україні, осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту, осіб, яким надано статус закордонного українця, які перебувають в Україні на законних підставах, у разі, коли здобуття ними вищої освіти здійснюється в межах квот, визначених Кабінетом Міністрів України» (http://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddi). За описом (існування) можуть бути документи дії, наприклад, наказ про призначення стипендії конкретним студентам.

Тексти документів засвідчують оцінні значення, що зумовлює формування деонтичної модальності. Так модальною домінантою в текстах пояснювальних, службових записок чи службових розслідувань визначається причина недогляду (погано) і може зазначатися кінцевий позитивний результат (норма, добре): «Я був відсутній на заняттях 24.09.2021 р. у зв'язку з сімейними обставинами – мені необхідно було терміново поїхати до бабусі в інше місто. Пари зобов'язуюся відпрацювати». Такі документи рідко потрапляють у публічний простір та стосуються службового користування.

Множину формальних виявів модальних значень можна окреслити, зважаючи на функціонально-семантичні поля, в яких за допомогою граматичної форми можна простежити відношення до дійсності. За умови потрапляння документа в публічний простір авторську суб'єктивну модальність доповнюють читацькі реакції: уподобайки, коментарі, поширення тощо.

IV. Висновки

Тексти документів описують в основному реальний світ, винятком є документи, які включають гіпотетичні міркування, наприклад, план роботи чи стратегія розвитку. Згадані документи перебувають на перетині реального та псевдореального світів. Модальні значення використовують у текстах офіційно-ділових документів, щоб підкреслити імперативний характер повідомлення, якомога точніше зафіксувати дійсність, спонукати реципієнта до дії чи, навпаки, стримати від порушень за допомогою інструкцій, правил, розпоряджень. Прагматична мета спирається на певні значення суб'єктивної модальності, що виявляється на різних її рівнях, кожна з форм якої має свої особливості у вираженні – спосіб дієслова, відповідна семантика чи синтаксична конструкція, а також уподобайка чи коментар за умови оприлюднення тексту в соціальних медіа.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф. Модуси сприйняття світу, об'єктивна (референційна) модальність і типологія текстів. *Парадигма*. 2010. Вип. 5. С. 155–165.
2. 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.
3. Валгина Н. С. Авторская модальность. Образ автора. *Теория текста*. Москва : Логос, 2003.
4. Єщенко Т. Феномен художнього тексту: комунікативний, семантичний і прагматичний аспекти : монографія. Львів : Львів. нац. мед. ун-т ім. Данила Галицького, 2021. 470 с.
5. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів : ПАІС, 2006. 120 с.
6. Партико З. В. Логіка (теоретичні основи та прикладне застосування в мас-медіа). Київ : Ліра-К, 2018. 332 с.
7. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації. Львів : ПАІС, 2008. 292 с.
8. Ралдугіна К. О. Модальність як логіко-філософська та лінгвістична категорія. *Вісник Запорізького національного університету*. 2008. URL: https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/029.pdf (дата звернення: 12.10.2021).
9. Романова Т. В. Модальність. Оценки. Эмоциональность : монографія. Нижний Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2008. 309 с.
10. Сушкевич О. В. Аксиологічна модальність інтерв'ю: функціональні та структурні особливості : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. ДЗ «Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського». Одеса, 2013. 260 с.
11. Тяпкіна Н. Функціонування текстів реальної та нереальної дійсності в медіа. *Основи медіакультури* / за заг. ред. В. М. Манакіна. Запоріжжя : Кераміст, 2016. С. 25–35.
12. Шнуровська Л. В. Теоретичні засади вивчення категорії модальності в сучасній лінгвістиці. *Вісник Київ. нац. лінгвістичного ун-ту. Серія: Філологія*. 2016. Т. 19, № 2. С. 140–148.

13. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman. Pearson Education ESL; 4th edition. 2008. 1179 p.

References

1. Batshevych, F. (2010). Modusy spryiniattia svitu, obiektyvna (referentsiina) modalnist i typolohiia tekstiv [Modes of perception of the world, objective (reference) modality and typology of texts]. *Paradyhma*, 5, 155–165 [in Ukrainian].
2. Voinalovych, L. P. (2013). Modalnist yak bahatoaspektna linhvistychna katehoriia [Modality as a multifaceted linguistic category]. *Naukovi zapysky Nizhynskoho derzhavnoho universytetu im. Mykoly Hoholia. Serii: Filolohichni nauky*, 3, 28–32 [in Ukrainian].
3. Valgina, N. S. (2003). Avtorskaja modal'nost'. Obraz avtora [Author's modality. Image of the author]. *Teorija tekstu*. Moskva: Logos [in Russian].
4. Ieshchenko, T. (2021). Fenomen khudozhnoho tekstu: komunikatyvnyi, semantychnyi i prahmatychnyi aspe-kyty [The phenomenon of artistic text: communicative, semantic and pragmatic aspects]. Lviv: Lvivskiy natsionalnyi medychnyi universytet imeni Danyla Ha-lytskoho [in Ukrainian].
5. Pavliuk, L. (2006). Znak, symvol, mif u masovii komunikatsii [Sign, symbol, myth in mass communication]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
6. Partyko, Z. V. (2018). Lohika (teoretychni osnovy ta prykladne zastosuvannya v mas-media) [Logic (theoretical foundations and applied applications in the media)]. Kyiv: Lira-K [in Ukrainian].
7. Partyko, Z. V. (2008). Teoriia masovoi informatsii ta komunikatsii [Theory of mass information and communication]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
8. Ralduhina, K. O. (2008). Modalnist yak lohiko-filosofska ta linhvistychna katehoriia [Modality as a logical-philosophical and linguistic category]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*. Retrieved from https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/029.pdf [in Ukrainian].
9. Romanova, T. V. (2008). Modal'nost'. Ocenka. Jemocional'nost' [Modality. Grade. Emotionality]. Nizhnij Novgorod: NGLU im. N. A. Dobroljubova [in Russian].
10. Sushkevych, O. V. (2013). *Aksiolohichna modalnist intervju: funktsionalni ta strukturni osoblyvosti* [Axiological modality of the interview: functional and structural features. (Candidate's thesis). Odesa [in Ukrainian].
11. Tiapkina, N. (2016). Funktsionuvannya tekstiv realnoi ta nereanoi diisnosti v media [Functioning of real and unreal texts in the media]. *Osnovy me-diakultury*. Zaporizhzhia: Keramist [in Ukrainian].
12. Shnurovska, L. V. (2016). Teoretychni zasady vyvchennia katehorii modalnosti v suchasni linhvistytsi [Theoretical principles of studying the category of modality in modern linguistics]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu. Serii: Filolohiia*, 19, 2, 140–148 [in Ukrainian].
13. Longman Dictionary of Contemporary English. (2008). Longman. Pearson Education ESL; 4th edition [in English].

Стаття надійшла до редакції 22.01.2022.

Received 22.01.2022.

Tyapkina N. Parameters of the Modality of Public Official and business Texts

The purpose of the study is to clarify the concept of modality in the theory of social communications and information activities, characterize the modality parameters of official business texts and update the understanding of this category in business public space as a tool for conveying information.

Research methodology. Methods of analysis and synthesis, data systematization and their interpretation were used to study the modality of official business texts. A review of the literature on the study of modality is made, the question of multidisciplinary of the analyzed phenomenon is raised, as well as approaches to the study of modality in the field of social communications are characterized. The content of official business texts of public space was involved in the analysis.

Results. Based on the analysis of the scientific literature, the approaches to understanding the category of modality in public official business texts are updated, its types and forms of expression are characterized. Objective and subjective modalities, formal manifestations of its implementation are described. In the public sphere, through official business texts, the objective modality of the real world is expressed, except for documents that include hypothetical/ probable/ future considerations, such as a work plan or development strategy. These documents describe the pseudo-real world, on the one hand, and on the other – capture specific thoughts at a particular time of reality, ie refer to texts that denote the reality with signatures, dates, seals. Modal meanings are used in the texts of official business documents to emphasize the imperative nature of the message, to capture the truth as accurately as possible, to motivate the recipient to take action, or vice versa – to deter violations through instructions, rules, regulations.

Practical significance. The results of the research can be used in the study of courses in «Journalism» and «Information Business» on questions of surveying the properties of public information, understanding its potential and methods of implementation, as well as by practitioners of the information sphere to understand the tools of reproduction and assessment of reality in modern public space.

Key words: modality, official business text, subjective modality, objective modality.