

Englisch, Russisch oder Bayerisch: Sprache ist Teil von Kultur. Sprache ist Macht - Aber auch Kultur und Identität.

Forschungsergebnisse. Die deutsche Sprache in ihrer internationalen Bedeutung ist ein Integrationsfaktor in nationaler Sicht. Sprache übernimmt dabei die Rolle eines alltäglichen Kommunikationsmittels, stellt eine wichtige Ressource etwa im Bereich Bildung und Arbeitsmarkt dar, ist identitätsstiftend, symbolisiert Zusammengehörigkeit und ist verantwortlich für Ungleichheiten im Zugang zu Bildung, Einkommen, zentralen Institutionen und gesellschaftlicher Anerkennung.

<http://edoc.bseu.by/>

**D. Mushket**

**Д. Д. Мушкет**

**МГПУ (Москва)**

*Научный руководитель М. В. Беляева*

## **AUSDRUCKSMITTEL DER SUBJEKTIVEN MODALITÄT IN MASSENMEDIEN**

### **СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АВТОРСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ В СМИ**

Die Aktualität des zu behandelnden Themas ist durch die Tatsache motiviert, dass die sprachliche Gestaltung der Medientexte eine wirksame Komponente des linguokulturellen Kontextes ist, was von vielen Forschern anerkannt wird.

Das Ziel der Analyse ist, Arten und Mittel der subjektiven Modalität (SM) der Medientexte am Beispiel von drei Zeitungen („die Zeit“, „UNICUM ABI“, „Bild“) festzustellen und über ihre Funktionen in der Mediensprache zu urteilen.

Im Mittelpunkt der Betrachtung ist der Begriff der Modalität und zwar der SM, weil in Medientexten SM als Spiegelbild der Modalität des Autors realisiert wird. Unter SM wird das Verhalten des Sprechers zur Aussage verstanden [1, s. 182].

Anerkannt sind folgende Funktionen der SM in den Massenmedientexten: persuasive (mentale Einflussnahme, Überzeugungsmittel), expressive (stilistische Färbung), kommunikative (Verwirklichung der Kommunikation zwischen dem Autor und Parzipienten) und formative oder bildende (Anteil an der Wort- und Satzbildung).

Zum Ausüben der genannten Funktionen dienen folgende Ausdrucksmittel der SM: grammatische (Modi; Modalverben; haben + zu, sein + zu; Verben wie scheinen, glauben und andere, verschiedene Satzarten (Interrogativsatz, Imperativsatz)) und lexikalische (gefärbte Wörter; Stilmittel, Idiome; Modalwörter und Partikeln).

Für die Analyse sind drei Zeitungen ausgewählt: „Die Zeit“, „UNICUM ABI“ und „Bild“.

Im Artikel „Sechs bessere Weltfußballer“ (Die Zeit) drückt der Verfasser seine feste Überzeugung und positive Einstellung zum Sachverhalt, indem er Ausdrucksmittel der subjektiven Modalität lexikalischer Natur verwendet: Modalwörter (*sicher, sicherlich, vielleicht*), Partikeln (*ja, wirklich, zumindestens, eigentlich, einfach*), stilistisch gefärbte Wörter (*großartig*) und Wortverbindungen (*reich bis zum Abwinken, mit Herz und Hirn, egoistische Angelegenheit, fürchterlich banal*), Stillmittel und zwar Personifizierung (*gefühlvoller Ball, das Foto ging, Fußball schweigt*). Außerdem werden auch grammatische Ausdrucksmittel der SM verwendet. Das sind Konjunktiv II und Modalverben (*können, sollen*). Mithilfe von oben genannten Mitteln werden expressive (der Autor drückt sein Verhältnis zu bestimmten Fußballern), formative (Partikeln verbinden den Text und machen ihn lebendig) und kommunikative (durch die Meinung des Verfassers wird Gegenreaktion des Lesers hervorgerufen) Funktionen realisiert.

In dem Artikel „Gewalt an Schulen“ (UNICUM ABI) dominieren Ausdrucksmittel der subjektiven Modalität grammatischer Natur. Das sind Modalverben – müssen und sollen (z.B. *sollten sich in jedem Falle jemanden anvertrauen*) und die Formen des Konjunktiv II (z.B. *wäre es für das Kind vielleicht anders laufen*). Modalwörter (*wahrscheinlich, sonderlich, leider*) und Metapher (z.B. *der bittere Alltag*) treten im Artikel als persuasive Mittel, die die Meinung des Autors erkennen lassen und Lesereinstellungen formen.

In dem Artikel „5 Dinge, die Sie jetzt erledigen müssen“ (Bild) werden auch Ausdrucksmittel der SM grammatischer Natur bevorzugt, die vor allem persuasive Funktion üben. Das sind Modalverben (*sollen und können*), die größtenteils im Konjunktiv gebraucht werden, und Imperativformen. Im Artikel kommen umgangssprachliche Lexeme (*Klamotten, kriegen, herauskramen*) vor, die als persuasive Mittel den engeren Kontakt zum Leser aufstellen und sein Interesse am Sachverhalt wecken.

Zusammenfassend sei betont, dass das subjektive Verhalten des Autors, widerspiegelt durch die subjektive Modalität, in allen Medientexten präsent ist. Mithilfe der SM drückt der Autor seine persönliche Stellungnahme zu den behandelten Themen aus und regt die Leser zum Nachdenken oder Handeln an.

## Literatur

1. Winogradow, W.W. Über Theorie der künstlerischen Rede / W.W. Winogradow. – M., 1971. – 239 S.