

партнерами требуется осторожность в использовании определенного сленга или аббревиатур.

Если говорить о наличии подписи и контактной информации, то стоит отметить, что это важный и необходимый атрибут, которым должно заканчиваться каждое письмо. В контактной информации необходимо указать свои фамилию и имя. Фамилия и имя делает вашу переписку персонифицированной, что влияет на эффективность и психологический комфорт общения. В подписи не следует использовать сокращений. Также немаловажным атрибутом является то, что необходимо указывать свою должность (“Data Entry Specialist”, “Operations & Marketing Manager”), так как этим можно дать понять адресату границы полномочий и профессиональной компетентности в решении тех или иных вопросов. В конце любого письма необходимо оставить контактные координаты (телефон, электронный адрес, название и адрес компании, сайт). Этим обеспечивается возможность дополнительной оперативной связи в случае ее необходимости.

Этика профессионального общения в современном деловом обществе – это не только важный атрибут правил хорошего тона. Это практические инструменты, позволяющие делать общение корректным, оперативным, комфортным и, впоследствии, результативным для обеих сторон.

МОДАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКА ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСА

А. В. КУХАРЧУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. Н. Стрижевич

Статья посвящена рассмотрению модальности в рамках научно-популярного текста и средствам её реализации. В газетных и журнальных текстах реализуются объективная и субъективная модальность, а также – полимодальность, с помощью вербальных, так и невербальных средств.

Модальность является одной из основных категорий естественного языка – языковой универсалией, выражающей виды отношений высказывания к действительности и виды субъективной оценки информации.

Категория модальности – активная ментальная деятельность, производимая субъектом (автором) по оценке его предствлений (модус) о фактической информации (диктум). Поскольку модальность служит выражением оценки, она может быть объективной: на средствах выражения рациональной оценки в плане реальности объекта, и субъективной, связанной с выражением собственного отношения автора к высказываемому смыслу.

Многие исследователи считают категорию модальности выражением реальности/ирреальности высказывания, не связанным с оценкой, но кате-

горя модальности выражает только «отношение говорящего к той связи, которая устанавливается им же между содержанием данного высказывания и действительностью, то есть «отношение к отношению». Субъективная модальность – «функционально-семантическая категория, служащая воплощению оценки со стороны говорящего степени достоверности передаваемой информации». Эта категория имеет значение при создании научно-популярного текста – через своё отношение к описываемым событиям автор формирует отношение к ним читателя, при этом мнение автора не будет навязано – читатель, скорее всего, согласится с оценкой более компетентного в данном вопросе журналиста. Для объективной модальности денотатом является окружающий, реальный мир, а для субъективной он заключается в осмыслении этого мира и явлений, происходящих в нём.

Основными модальными характеристиками событий в текстах газетного дискурса является их действительность или недействительность, по отношению к ним верна только оппозиция «действительность – недействительность». Модальность действительности и модальность недействительности могут относиться и к прямому высказыванию, и к косвенной речи – частому способу оформления высказывания в газетном тексте.

В категории субъективной модальности естественный язык фиксирует одно из ключевых свойств человеческой психики: способность противопоставлять «Я» и «не-Я» в рамках высказывания: в высказывании проявляется противопоставление фактического содержания и индивидуальной оценки. В тексте изложению фактов противопоставляются мнения различных исследователей по поводу описываемой проблемы и мнение автора текста.

Каждый вид модальности, таких как необходимости, возможности, побуждения, желания, разрешения или запрета, чужого высказывания, некатегоричного высказывания – семантический инвариант, реализуемый через модальные значения и соответствующие формы выражения.

Модальность – понятийная категория «со значением отношения говорящего к содержанию высказывания и отношение содержания высказывания к действительности, выражаемую различными лексическими и грамматическими средствами (формы наклонения, модальные глаголы, т. п.)».

Самым распространённым является «широкое» понимание модальности как «сложного комплекса значений, характеризующих с точки зрения говорящего отношение основы содержания высказывания к действительности по доминирующим признакам реальности/ирреальности».

Отношение к этим признакам представлено в значениях:

- актуальности/потенциальности;
- оценки достоверности;
- коммуникативной установки высказывания;
- утверждения/отрицания;

- засвидетельствованности.

Категория модальности реализуется в газетном тексте с помощью следующих лексических средств: местоимений, наречий, кратких прилагательных, глаголов, частиц, междометий, союзов и вводных слов с модальным оттенком, фразеологических единств, лексем с утраченными первичными номинативными функциями, структур модуса эмоциональной оценки (обратный порядок слов, эмоционально окрашенных выражений). С этими средствами взаимодействуют единицы синтаксиса, морфологии, невербальные средства выражения субъективной модальности.

По мнению исследователей В. В. Дружининой и К. Келер, при рассмотрении модальных отношений следует учитывать:

- 1) отношение субъекта действия к описываемому действию, которое выражается инфинитивом (необходимость или возможность действия);
- 2) отношение говорящего к высказыванию с точки зрения степени вероятности соответствующего действия;
- 3) отношение говорящего к высказыванию с точки зрения его реальности или нереальности;
- 4) модальные конструкции, с помощью которых оформляется чужое высказывание.

Субъективная модальность реализуется и с помощью модальных глаголов, хотя их основной функцией и является выражение объективной модальности. Субъективно-модальное значение предположения имеют глаголы с модальной семантикой. Они выступают как средства синтаксического уровня и реализуют субъективно-модальный смысл частей текста в составе вводных модальных предложений. Эти предложения указывают на отношение автора к ситуации, выражающееся помощью модальных слов, частиц и конструкций с вспомогательными глаголами. Посредством субъективной модальности создаются подзаголовки.

Подпись под фотографией является выражением объективной модальности. Пример: на первой странице текста находится цветная схема системы безопасности реактора с подробными пояснениями её составляющих и выполняемых ими функций. На второй странице помещены две фотографии – одна с изображением измерения излучения после аварии на атомной электростанции и фотография противника строительства реактора на месте предполагаемого строительства. Таким образом, на основании иллюстраций выстраивается противопоставление: «так должно быть» (система безопасности реактора должна предотвратить любую возможную катастрофу) – «так не должно быть» (нельзя допускать аварий, чтобы не пришлось бороться с излучением и его последствиями), дублирующая представленные вербально мнения авторов проекта и его противников.

Полиmodalность широко задеиствуется в газетных текстах – в них одновременно происходит информирование читателя и формирование его оценки при помощи предоставляемой ему информации. Она проявляется в большой степени с помощью невербальных средств – фотографий.

Подытожив, мы можем сказать, что в газетных и журнальных текстах реализуется объективная и субъективная modalность, а также, возможны случаи проявления полиmodalности, причём реализация происходит как с помощью вербальных, так и невербальных средств. Основными modalными характеристиками событий в газетных текстах является их действительность или недействительность. Полиmodalность широко задеиствуется в журнальных и газетных текстах – в них происходит одновременно информирование читателя и формирование его оценки информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арама, Б. Е. Психолингвистический аспект категории modalности / Б. Е. Арама. – М. : АКД, РАН, Институт языкознания, 1995. – 23 с.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИРОНИИ В ПОВЕСТИ ДЖ. К. ДЖЕРОМА «ТРОЕ В ЛОДКЕ, НЕ СЧИТАЯ СОБАКИ»

И. Э. МАЗАН

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Романюк

В основе комического всегда лежит что-то несоответствующее, выходящее за нормы. Согласно этим несоответствиям, приемы создания комической ситуации можно разделить на две группы: стилистические (персонификация, метафора, каламбур, сравнение, ирония, гиперболa) и ситуативные (преувеличение, пародирование, окарикатуривание, объединение абсолютно разнородных явлений). В данной статье мы рассмотрим конкретно иронию как стилистический приём для создания комического эффекта в повести Джерома К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки»: что такое ирония и разберем основные примеры иронии в повести.

Теоретическое осмысление понятия «ирония» начинается в эпоху античности. В переводе с древнегреческого «ирония» (εἰρωνεία) означает «притворство, насмешка». Согласно определению в словаре Ожегова «Ирония – тонкая, скрытая насмешка» [1, с. 251]. Таким образом? ирония – это стилистический прием, который применяется для скрытия и высмеивания истинного смысла, идеи или объекта с негативным оттенком. Ирония есть поругание и противоречие под маской одобрения и согласия [2, с. 88].

Ирония выражает авторскую оценку того или иного лица, явления, его отношение к действительности. Но выражается оценка косвенным, скрытым