

преодолення опасений студентов перед выполнением перевода во время практических занятий по «Теории и практике перевода». Формирование у студентов общего видения понимания важности способности переводить на основе поощрения и мотивации для выявления опыта в этой области, которая тесно связана с будущей профессией и создание творческой среды, основанной на критическом отношении к продукту перевода. Студенты должны быть осведомлены о связи между языком и содержанием. Преподаватели должны предлагать модель сочетания языка и содержания с подробными инструкциями на основе тематически организованных материалов, так как полнота воспроизведения содержания в работе переводчика выступает в качестве основной способности для обеспечения эффективной коммуникации. Эффективность создания условий для развития возможностей применения чтения, устного и письменного перевода теоретически обоснована и экспериментально доказана на факультете лингвистики Национального технического университета Украины «КПИ имени Игоря Сикорского».

Ключевые слова: компетенция в чтении и переводе, тематически организованные тексты, языковая компетенция родного и иностранного языков, эффективное чтение и перевод, система учебных материалов для использования в аудитории и на экзаменах, набор методов и методик.

Ковальська Наталія. Важливість читання, усного і письмового перекладу: від теорії до практики. Статтю присвячено дослідженню сучасних підходів до читання та усного і письмового перекладу в методиці викладання іноземних мов. Читання розглядається як відносно легкий, надійний та швидкий процес набуття студентами мовної компетентності для подальшої конкурентоспроможності на сучасному ринку праці. Потенціал читання та перекладу повністю відповідає потребам і побажанням студентів і сприяє підвищенню ефективності навчання. Це класична методика, яка направлена на уникнення помилок в розумінні різнопланових іншомовних текстів. Позитивні зміни залежать від типу, структури та стилю текстів. Стаття приділяє особливу увагу методам практичного застосування читання і перекладу в аудиторії. Таким чином студенти ознайомлюються з методологією читання і перекладу, і, крім того, спільними зусиллями досягають удосконалення зазначених процедур у відповідності з міжнародними стандартами і стандартами освіти в Україні. Ми прийшли до висновку, що у нашому випадку, основоположне значення має використання рідної мови в аудиторії: це необхідно для підготовки перекладачів. Переклад розглядається як новий механізм, який дозволяє створення інноваційного середовища для вивчення мови. Таке середовище має важливе значення для подолання страхів студентів виконувати переклад під час практичних занять з «Теорії та практики перекладу». Формування у студентів спільного бачення розуміння важливості здатності перекладати на основі заохочення і мотивації для виявлення досвіду у цій царині, яка тісно пов'язана з майбутньою професією і створенням творчого середовища, що базується на критичному ставленні до продукту перекладу. Студенти мають усвідомлювати зв'язок між мовою і змістом. Викладачі мають пропонувати модель поєднання мови і змісту з детальними інструкціями на основі тематично організованих матеріалів, оскільки повнота відтворення змісту в роботі перекладача виступає як основна здатність для забезпечення ефективної комунікації. Ефективність створення середовища для розвитку можливостей читання та усного і письмового перекладу теоретично обґрунтовано та експериментально доведено на факультеті лінгвістики Національного технічного університету України «КПІ».

Ключові слова: компетенція читання та перекладу, тематично організовані тексти, мовна компетенція рідної та іноземної мов, ефективне читання і переклад, система навчальних матеріалів для використання в аудиторії і на екзаменах, набір методів і методик.

УДК 811.161.2'37'06

Світлана Козак

РЕАЛІЗАЦІЯ КАТЕГОРІЇ МОДАЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ПРЕС-РЕЛІЗАХ

У статті проаналізовано реалізацію категорії модальності в англomовних прес-релізах, розглянуто співвідношення модусу і модальності, проаналізовано наукові погляди на суб'єктивну модальність в інтерпретації сучасних мовознавців, встановлено й вивчено найуживаніші типи значень суб'єктивної модальності висловлювання, розкрито деякі засоби і способи впливу на різних рівнях мови. З'ясовано, що модальний план мовних виразів у прес-релізах найбільш яскраво представляє людський фактор і дає право говорити про авторський підтекст абсолютно всіх мовних одиниць, оскільки в них неминуче присутній оцінний (позитивна чи негативна оцінка), а отже, індивідуально-людський фактор.

Було визначено, що модальність як категорія модусу охоплює різноаспектні та різнохарактерні способи кваліфікації події, що реалізуються різнорівневими засобами вираження, охарактеризовано основні засоби вираження суб'єктивно-модальних значень в англomовних прес-релізах, до яких входять: вступні слова/словосполучення та пропозиції із значенням достовірності / ймовірності, впевненості / невпевненості, узагальненої (невизначеної) точки

зору чи введенням певної точки зору. На рівні синтаксису суб'єктивна модальність представлена певними структурами, метою яких є передача не стільки основного змісту повідомлення, скільки суб'єктивно-оцінного, емоційно забарвленого ставлення мовця до предмета думки. Вказано, що найпродуктивнішим засобом емоційного синтаксису у прес-релізах є інвертований порядок слів, описано найтипівіші випадки вживання інверсії у прес-релізах, а саме: часткова інверсія та інверсія зі стійкими структурами.

У роботі доведено, що суб'єктивна модальність висловлення є вираженням позитивного чи негативного ставлення мовця до об'єктів позамовної дійсності, тому вона пов'язана з лінгвістичною категорією оцінки. Описані основні засоби передачі оцінного ставлення адресанта до стану речей, серед них прикметники різної оцінної семантики, адвербіальні конструкції та іменники позитивної і негативної конотації.

Ключові слова: модус, суб'єктивність, суб'єктивна модальність, об'єктивна модальність, інверсія, оцінка.

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблема визначення змісту модальності як фундаментальної мовної категорії належить до кола складних й остаточно не розв'язаних, що пояснюється багатоплановістю цього лінгвістичного явища, здатністю реалізовуватись у багатofункціональних виявах, відображаючи складний суб'єктивний світ мовної особистості. Ще у середині XIX ст. О. О. Потебня, досліджуючи природу мови, її зв'язок із мисленням, констатував значну кількість людських почуттів, здатних виражатися за допомогою мовних засобів. Йдеться про відношення мовця до дійсності, або модальні відношення. У будь-якій мові існує категорія модальності для вираження відношень людини до дійсності.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Вперше поняття модальності отримало визначення у працях Шарля Баллі. На думку вченого, «не можна надавати висловленню статусу речення, якщо в ньому немає хоч якогось вираження модальності». «Модальність – це душа речення. Немає висловлень без модальності» [3, с. 44]. Так, у будь-якому висловленні відбивається інтелектуальна, емоційна, волюва природа мовця як особи, що унікально осмислює навколишнього світу, неповторного суб'єкта сприйняття й відтворення інформації про дійсність, в якій перебуває. Саме суб'єктивного мовного компонента стосується модальна частина висловлення, його модальна рамка, названа «модусом». У вираженні модусу при цьому важливу роль відведено модальним дієсловом. Основний же зміст кожного висловлення пропозитивний, звернений до дійсності, прийнятий у зазначеній модальній концепції як «диктум».

Думку про важливість виділення суб'єктивного компонента речення як засобу реалізації комунікативної функції мовлення підтримав Е. Бенвеніст. Згідно з його висновками, кожна мовна особистість «привласнює мову собі, співвідносячи із собою, моментом своєї мовленнєвої дії, своїм ставленням до дійсності та її оцінками» [5, с. 275].

У зв'язку з усвідомленням значущості суб'єктивного фактору в мові категорія модальності стала предметом і інших численних досліджень. Так, одні вчені вважають її власне логічною категорією (С. М. Амеліна, Е. Я. Мороховська), інші – логіко-семантичною (Г. В. Колшанський) або логіко-граматичною (В. З. Панфілов, О. Л. Доценко).

Мета і завдання статті. Метою публікації є вивчення системи засобів створення ефектів суб'єктивності в англомовних прес-релізах. В статті проаналізуємо найуживаніші типи суб'єктивної модальності висловлення в англомовних прес-релізах.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Чимало різних поглядів висловлено лінгвістами у відповідь на питання, що стосуються поняття модальності. У цілому, однак, лінгвісти схильні вважати, що мовна категорія модальності відбиває два типи логіко-граматичних зв'язків: відношення змісту речення до об'єктивної дійсності та ставлення мовця до змісту речення (висловлення). Для першого виду зв'язку цілком справедливо підходить термін «об'єктивна модальність», в той час, коли другий розглядається як форма мовлення – «суб'єктивна модальність» [7, с. 17–18]. Отже, поняття мовної модальності включає в себе аспект об'єктивної модальності – відношення повідомлюваного до певного плану дійсності та аспект суб'єктивної модальності – оцінне ставлення мовця до змісту висловлення.

Ф. А. Агаєва підкреслює, що «суб'єктивна та об'єктивна модальності – дві сторони єдиного цілого» [1, с. 28]. Це означає, що ми не можемо відсторонювати зміст висловлення від мовця, тобто розглядати об'єктивну модальність як самостійну категорію, так само як і опосередковувати ставлення мовця до висловлення від дійсності, виокремлювати суб'єктивну модальність.

Особливістю прес-релізу є те, що мовці розмежовані в часі й відстані. Зважаючи на це, процес комунікації може бути цікавим за умови, якщо він відображає суб'єктивне ставлення

мовців до подій, фактів, явищ. Ситуація спілкування залежно від типу прес-релізу може характеризуватися різними чинниками: офіційністю/неофіційністю спілкування, наявністю/відсутністю знань адресанта про дійсність, ставленням адресанта до відображених фрагментів дійсності тощо.

Під час написання прес-релізу, автор повинен прагнути до об'єктивності викладення інформації, хоча в будь-якому випадку в ньому відображені його думки, наміри, сподівання, очікування. Обов'язковим суб'єктивним значенням є передаване мовцем співвідношення змісту висловлення і дійсності – реальності/ірреальності. Метою висловлення є прагнення адресанта повідомити адресату своє ставлення, свій погляд на існуючий стан справ, знайти одностайність або змінити його погляд на ситуацію, що склалася чи може скластися в майбутньому [8]. На граматичному рівні суб'єктивна модальність уточнює і корегує об'єктивно-модальне значення речення, пов'язане з опозицією реальності/ірреальності, інакше кажучи, виступає як один з аспектів відношення висловлення, як предикативний аспект. У сукупності з об'єктивно-модальним значенням суб'єктивна модальність утворює модальну парадигму речення [4].

Модальний план мовних виразів у прес-релізах найбільш виразно представляє людський фактор і дає право говорити про авторський підтекст абсолютно всіх мовних одиниць, оскільки в них неминуче присутній оцінний, а отже, індивідуально-людський фактор.

Почнемо наш опис з вступних слів, словосполучень і пропозицій, якими автор виражає те чи інше ставлення до того, що він висловлює. Саме вони є ідентифікаторами експліцитного вираження комунікативних стратегій:

1. Зі значенням достовірності / ймовірності, впевненості / невпевненості в повідомленні: *to be sure, it is difficult to say, there is every reason to believe, in fact, in reality, it is (not) true, whatever the truth, perhaps, indeed, presumably, it seems, is (un) likely to* та ін.

– **Indeed**, *Microsoft Dynamics CRM Online continues to be at the forefront of cloud computing and is attracting some of the largest businesses in the world, including General Mills, Konica Minolta and Yamaha* (9).

2. Узагальнена (невизначена) точка зору: *many say that, it has been alleged, is (are) said that, there are rumours (murmurs) that, there are reports that* і т.п.

– **There are reports** *from local human rights groups that SRF soldiers looted the towns and killed an unknown number of civilians* (10).

Автор вводить таку інформацію, посилаючись на громадську думку, домінуючі в суспільстві або певних суспільних колах ідеї, часто просто чутки. Оскільки така інформація не верифікується, до неї потрібно ставитися з великою обережністю.

3. Введення певної точки зору.

Ми вважаємо за потрібне виділити цей підрозділ у зв'язку з тим, що існують вступні слова, котрі показують, з якої позиції слід розглядати висловлювання автора.

– **Ironically**, *the group discovered its first international client almost by accident, right under its nose: two Vanderbilt sophomores who, inspired by a video on the plight of impoverished children in Uganda, decided to start their own fair trade business with craft artisans in that country. Their business, Enjuba (which means “rising sun”) imports handmade clothing and other goods from Uganda and returns all profits back into the initiative* (11).

4. Зі значенням різноманітних зв'язків, відносин і залежностей, а також за місцем у структурі тексту: *further, furthermore, in addition, for a start, eventually, for one thing, first, second, third* та ін.

– **In addition**, *49 percent plan to actually spend their back-to-school budget on school supplies this year while just 10 percent plan to put their cash toward back-to-school partying instead* (12).

На рівні синтаксису суб'єктивна модальність представлена певними структурами, які лінгвісти визначають як емоційні конструкції, здатні виражати емоційне значення, що закріпилося в узусі як їх характерні особливості. Під емоційним синтаксисом слід розуміти особливі структурні утворення, метою яких є передача не стільки основного змісту повідомлення, скільки суб'єктивно-оцінного, емоційно забарвленого ставлення мовця до предмета думки. Прикладом такої синтаксичної структури виступає інверсія. Інверсія – порушення прямого

порядку слів, «в результаті якого певний елемент виявляється виділеним і отримує спеціальні конотації емоційності та експресивності» [2, с. 162].

Найтипівішими випадками вживання інверсії в англійських прес-релізах є такі:

1. Часткова інверсія, що використовується при висловленні запитання:

What do SaltWorks' sea salts have in common with Oreos? They've been granted the enviable Certified Kosher designation by the highly respected global entity Orthodox Union (13).

2. Інверсія зі стійкими структурами. У деяких випадках зворотний порядок є нормою. Так, зворотний порядок слів вживається в головній частині складнопідрядних речень, що починаються прислівниками *hardly, scarcely, no sooner*, а також у пропозиціях, де на початку стоять слова *never, nothing, not only, nowhere* та ін.

Nowhere is that frustration more prevalent than among over-the-road truck drivers, who can work up to 14 hours per day, drive more than 100,000 miles per year and face limited food choices combined with little opportunity for exercise (14).

Оскільки суб'єктивна модальність висловлення є вираженням позитивного чи негативного ставлення мовця до об'єктів позамовної дійсності, вона пов'язана з лінгвістичною категорією оцінки. Оцінна модальність містить упорядкований комплекс ознак, що утворюють структуру, і визначається як модальна рамка, яка має обов'язкові елементи: експліцитний або імпліцитний суб'єкт (особа, соціум, з погляду якого дається оцінка), об'єкт (оцінюваний референт), підставу (критерій, що відповідає уявленню суб'єкта про об'єкт) і характер оцінки (абсолютна, естетична, порівняльна) [6]. Оцінне ставлення адресанта до стану речей, до предмета мовлення, передається наприклад:

– прикметниками. Ці лексичні одиниці характеризуються найбільшою концентрацією і різноманітністю оцінної семантики і є найефективнішим маніпулятивним засобом, наприклад: *“innovative”, “efficient”, “the strongest”, “capable”, “unlimited”, “free”, “high-tech”, “realistic”, “luxurious”, “leading”, etc;*

– *The fastest, most powerful production Ford Mustang has made its first European appearance, at the Goodwood Festival of Speed, south England* (15).

– прислівниками. Великого значення в прес-релізах набувають адвербіальні конструкції *Adverb + Adjective (potentially dangerous) i Verb + Adverb (to discuss calmly)*. Структурний тип «ознака + прикметник» часто використовується для посилення або уточнення значення прикметника, наприклад: *surprisingly conformist, overwhelmingly powerful, wholly decorative, patently unjust*. Вживання прислівника з дієсловом також досить поширене, що дозволяє точніше висловити думку або оцінку, наприклад:

– *Nearly a year ago, Starbucks Coffee Company (NASDAQ: SBUX) rolled out the nation's largest mobile payment program with the goal of offering a truly innovative mobile experience for customers worldwide* (16).

– *Starbucks will vigorously oppose any action on Kraft's part that would prevent Starbucks from rightfully assuming full control of our brand and business, and look forward to presenting our case through the pending arbitration process* (17).

– іменниками. Маніпулятивна функція оцінних іменників полягає в тому, що вони створюють позитивні образи, змушують сприймати інформацію як цінність, наприклад: *“security”, “perfection”, “efficiency”, “power”, “pleasure”, “dream”, “wealth”, “gift”, “guarantee”, “magic”, “breakthrough”, etc;*

– *Starbucks (NASDAQ: SBUX) today detailed strategies for its next phase of growth at the company's biennial Investor Conference. Building on its continued strength in attracting global consumers to its stores* (18).

Як зазначалось попередньо, оцінка може створювати позитивний, нейтральний та негативний образ оцінюваного. Останній трапляється в прес-релізах дуже рідко, адже це відкрите нівелювання канонічними правилами написання даного тексту. Саме тому найчастіше негативна тональність створюється за допомогою словосполучень із негативними конотаціями.

Through arbitration, Starbucks intends to demonstrate Kraft's consistent, poor performance and material breaches over a period of several years. The nature of Kraft's obligations are outlined in the

contract; the contract's language demonstrates clearly that Kraft's repeated failures to meet its obligations constituted material breaches and, in that regard, caused clear damage to Starbucks business (19).

Загальна негативна оцінка, яка характеризує наведений уривок, багато в чому визначається тим, що прикметник *poor* та іменники *breach*, *failure*, *damage* містять негативний оцінний компонент.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Аналіз засобів реалізації суб'єктивної модальності в англомовних прес-релізах підтверджує думку про те, що модальність вужче поняття, ніж модус, і не є ідентичною йому. Їх відношення ґрунтуються на однаковому принципі – орієнтації на мовця. Якщо у сфері модусу вона означає будь-яке відношення – до предмета мовлення, змісту висловлення, співрозмовника, форми мовлення, порядку, ходу думки, а поза сферою модусу модальність виражає ставлення мовця до змісту повідомлюваного з погляду його реальності / ірреальності.

Суб'єктивна модальність висловлення у прес-релізах відображає здатність мовця критично осмислювати своє мовлення щодо віднесеності до дійсності, своїх знань, оцінок, суб'єктивного ставлення до мовленнєвої ситуації й найяскравіше виражається вставними словами та конструкціями, інверсією та оцінною модальністю.

Перспективи подальших досліджень у цій галузі вбачаємо у вивченні та порівнянні реалізації категорії модальності в різних типах англомовних прес-релізів.

Джерела та література

1. Агаева Ф. А. Модальность как лингвистическая категория (на материале английского и туркменского языков) / Ф. А. Агаева. – Ашхабад : Ылым, 1990. – 305 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебн. для вузов / И. В. Арнольд. – 8-е изд. – М. : 2006. – 219 с.
3. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1955. – 416 с.
4. Беляева Е. И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках / Е. И. Беляева. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 178 с.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 448 с.
6. Ивин А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. – М. : Изд. Моск. ун-та, 1970. – С. 21–34.
7. Козловский В. В. Предложения с конъюнктивом (структура, семантика, прагматика) : монография / В. В. Козловский. – Черновцы : Рута, 1997. – 281 с.
8. Орехова Е. Н. Субъективная модальность высказывания: форма, семантика, функции : дис. ... д-ра филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е. Н. Орехова [Электронный ресурс] – Москва, 2011. – С. 9. – Режим доступа : <http://dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiya/a54.php>
9. Microsoft [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2011/aug11/08-29CRMForLessPR.aspx>
10. Human Rights and Democracy report. 2012 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.gov.uk/government/news/human-rights-and-democracy-report-2012-country>
11. Stock image from the FCO Human Rights Report 2012. Credit Basma [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.owen.vanderbilt.edu/vanderbilt/newsroom/press-releases/detail.cfm?customel_datapageid_42488=62321
12. US News and World report. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2011/aug11/0804SchoolPR.aspx>
13. Комунікативно-прагматичні функції інверсії в англомовних прес-релізах. 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereleases.com/pr/kosher-foodies-no-longer-relegated-to-plain-old-kosher-salt-10985>
14. Paskett public relations [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ereleases.com/pr/trucking-magazine-helps-drivers-battle-obesity-9350>
15. Dresden International. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://corporate.ford.com/news-center/press-releases-detail/pr-ford26rsquo-fastestever-mustang-36747>
16. Starbucks Newsroom [Electronic resource]. – Mode of access : http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=598
17. Starbucks Newsroom [Electronic resource]. – Mode of access : http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=478
18. Starbucks Newsroom [Electronic resource]. – Mode of access : http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=476
19. Starbucks Newsroom [Electronic resource]. – Mode of access : http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=481

References

1. Agayeva, F. A. 1990. *Modalnost kak lingvisticheskaya kategoriya (na materiale angliyskogo i turkmenskogo yazykov)*. Ashkhabad: Ylym.
2. Arnold, I. V. 2006. *Stilistika. Sovremennyy angliyskiy yazyk*. Moskva.
3. Balli, Sh. 1955. *Obshchaya lingvistika i voprosy frantsuzskogo yazyka*. Moskva: Izd-vo inostrannoi literatury.

4. Belyaeva, E. I. 1985. *Funktsionalno-semanticheskiye polya modalnosti v angliyskom i russkom yazykakh*. Voronezh: Izd-vo Voronezh. un-ta.
5. Benvenist, E. 1974. *Obshchaya lingvistika*. Moskva: Progress.
6. Ivin, A. A. 1970. *Osnovaniya logiki otsenok*, 21–34. Moskva: Izd. Mosk. un-ta.
7. Kozlovskiy, V. V. 1997. *Predlozheniya s koniunktivom (struktura. semantika. pragmatika)*. Chernovtsy: Ruta.
8. Orekhova, E. N. 2011. "Subektivnaya modalnost' vyskazyvaniya: forma. semantika. Funktsii". PhD diss., Moskva. <http://dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filologiya/a54.php>
9. Microsoft. <http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2011/aug11/08-29CRMForLessPR.aspx>
10. Human Rights and Democracy report. 2012. <https://www.gov.uk/government/news/human-rights-and-democracy-report-2012-country>
11. Stock image from the FCO Human Rights Report. 2012. http://www.owen.vanderbilt.edu/vanderbilt/newsroom/press-releases/detail.cfm?customel_datapageid_42488=62321
12. US News and World report. <http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2011/aug11/0804SchoolPR.aspx>
13. Комунікативно-прагматичні функції інверсії в англійських прес-релізах. 2013. <http://www.ereleases.com/pr/kosher-foodies-no-longer-relegated-to-plain-old-kosher-salt-10985>
14. Paskett public relations. <http://www.ereleases.com/pr/trucking-magazine-helps-drivers-battle-obesity-9350>
15. Dresden International. <http://corporate.ford.com/news-center/press-releases-detail/pr-ford26rsquos-fastest-ever-mustang-36747>
16. Starbucks Newsroom. http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=598
17. Starbucks Newsroom. http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=478
18. Starbucks Newsroom. http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=476
19. Starbucks Newsroom. http://news.starbucks.com/article_display.cfm?article_id=481

Козак Світлана. Реализация категории модальности в англоязычных пресс-релизах. В статье проанализировано реализацию категории модальности в англоязычных пресс-релизах, рассмотрено соотношение модуса и модальности, проанализировано научные взгляды на субъективную модальность в интерпретации современных языковедов, установлено и изучено наиболее частые типы значений субъективной модальности высказывания, раскрыты некоторые средства и способы воздействия на различных уровнях языка. Выяснено, что модальный план языковых выражений в пресс-релизах наиболее четко представляет человеческий фактор и дает право говорить об авторском подтексте абсолютно всех языковых единиц, поскольку в них неизбежно присутствует оценочный (положительная или отрицательная оценка), а следовательно, индивидуально-человеческий фактор.

Было определено, что модальность как категория модуса охватывает разноаспектные и разнохарактерные способы квалификации события, что реализуются разноуровневыми средствами выражения, охарактеризовано основные средства выражения субъективно-модальных значений в англоязычных пресс-релизах, в которые входят: вводные слова / словосочетания и предложения со значением достоверности / вероятности, уверенности / неуверенности, обобщенной (неопределенной) точки зрения или введением определенной точки зрения. На уровне синтаксиса субъективная модальность представлена определенными структурами, целью которых является передача не столько основного содержания сообщения, сколько субъективно-оценочного, эмоционально окрашенного отношения говорящего к предмету мысли. Указано, что самым продуктивным средством эмоционального синтаксиса в пресс-релизах является инвертированный порядок слов, описаны типичные случаи употребления инверсии в пресс-релизах, а именно: частичная инверсия и инверсия с устойчивыми структурами.

В работе указано, что субъективная модальность высказывания является выражением положительного или отрицательного отношения говорящего к объектам внеязыковой действительности, поэтому она связана с лингвистической категорией оценки. Описаны основные средства передачи оценочного отношения адресанта к положению вещей, среди них прилагательные различной оценочной семантики, адвербиальные конструкции и существительные положительной и отрицательной коннотации.

Ключевые слова: модус, субъективность, субъективная модальность, объективная модальность, инверсия, оценка.

Kozak Svitlana. Implementation of the Category of Modality in English Press Releases. The article analyzes the implementation of the category of modality in English press releases. The relation of modus and modality was considered, the scientific views on subjective modality in the interpretation of modern linguists were analyzed, the most common types of values of the subjective modality of the utterance were established and analyzed, some means and methods of its implementation at different levels of language were revealed.

It was found out that the modal plan of verbal expressions in press releases is a vivid representation of the human factor and gives the right to speak about the author's subtext of absolutely all linguistic units, since there is an appraisal (positive or negative evaluation), and therefore, an individual-human factor.

It was determined that modality as a category of modus encompasses a multidimensional and diverse way of qualifying an event that is implemented by multi-level means of expression. The main means of expressing subjective modality in English press releases include: introductory words / phrases and sentences with the meaning of reliability / probability, certainty / uncertainty, generalized (uncertain) point of view or introduction of a certain point of view. At the level of syntax, subjective modality is represented by certain structures the purpose of which is to convey the main content of the message as the subjective, estimated, emotionally colored attitude of the speaker to the object. Inverted word order was determined as the most productive means of emotional syntax in press releases. The most common cases of inversion in press releases, namely, partial inversion and inversion with stable structures were characterized.

It was found out that the subjective modality of press releases is an expression of a positive or negative attitude of the speaker towards the objects of extra-linguistic reality, therefore it is related to the linguistic category of evaluation. The main means of transferring the evaluator's attitude to the state of things were characterized. They include adjectives of different evaluative semantics, adverbial structures and nouns of positive and negative connotation.

Key words: modus, subjectivity, subjective modality, objective modality, inversion, evaluation.

УДК 811.112.2'322+821.112.2'06-3.08

Софія Козак

РОЛЬ ФРЕЙМОВИХ СТРУКТУР НА ПОЗНАЧЕННЯ ЗОВНІШНОСТІ У ВІДТВОРЕННІ ХАРАКТЕРІВ ТА ПОЧУТТІВ ЛІТЕРАТУРНИХ ГЕРОЇВ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ)

У статті відображено результати дослідження, проведеного на матеріалі літературно-художнього дискурсу, представленого романом німецького письменника ХХ століття Ліона Фейхтвангера «Ієфай та його дочка». Вибір фактологічного матеріалу зумовлений загальною тематичною спрямованістю зазначеного твору. Зображення великої кількості героїв та детальний опис зовнішності кожного з них створює підґрунтя для розгорнутого, глибокого та різнобічного дослідження структур на позначення зовнішності й характеру людини. Аналіз здійснено з позицій актуальної в сучасному мовознавстві когнітивно-дискурсної парадигми, що дає можливість простежити особливості вербальної реалізації фреймів у літературно-художньому дискурсі. Основне завдання статті полягає у висвітленні ролі фреймових структур, які описують зовнішність літературних персонажів, у розкритті їхніх характерів та почуттів. Аналіз виконано на прикладі головного героя роману Л. Фейхтвангера «Ієфай та його дочка» – Ієфая. Описано структуру фрейму «Зовнішність», визначено його основні термінали. Здійснено докладний розгляд термінальних елементів, що складають периферію фрейму «Зовнішність» у романі Л. Фейхтвангера «Ієфай та його дочка», та на основі проаналізованих термінальних елементів визначено роль вище зазначених фреймових структур у відтворенні образів персонажів, змалюванні не лише їхніх зовнішніх ознак, а й у представленні їхніх характерів та описі почуттів.

Ключові слова: фрейм, фреймова структура, термінал, термінальний елемент, зовнішність, характер, почуття.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасні лінгвістичні студії відзначаються значним розширенням діапазону досліджень у сфері дискурсознавства, що, зокрема, пов'язане з активізацією когнітивних розвідок, унаслідок чого мовознавча наука зазнала значних змін і трансформацій, які насамперед стосуються методики та методології аналізу мовного матеріалу. Важливого значення набуває дослідження дискурсу, яке здійснюється не лише з позицій традиційного лінгвістичного аналізу, але й фреймового, спрямованого на розгляд фреймових структур, які зумовлюють послідовність і якість викладу текстового матеріалу, а також беруть участь в актуалізації авторської прагматики.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Основні положення теорії фреймів представлені передусім роботами таких вчених, як Дж. Лакофф [2], М. Мінський [4], Д. Метцінг [9], Г. Путнам [10], В. Раскін [11], Ч. Філлмор [5], Е. Чарняк [6], Р. Шенк [12] та ін., які висунули гіпотезу про те, що людські знання і пам'ять мають іманентний структурний характер. Однак роботи цих дослідників – це здебільшого приклад унаочнення процесів, що відбуваються в штучному інтелекті, а питання мовної реалізації фреймів залишається на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки недостатньо вивченим. У художньому дискурсі, зокрема, малодослідженою залишається проблематика ролі фреймів на позначення зовнішності в розкритті характерів та почуттів літературних героїв.

Метою статті є визначення ролі фреймових структур, які описують зовнішність літературних персонажів, у розкритті їхніх характерів та почуттів на прикладі головного героя роману німецького письменника Ліона Фейхтвангера «Ієфай та його дочка». Реалізація цієї мети зумовила необхідність розв'язання таких завдань:

- описати структуру фрейму «Зовнішність», визначивши його основні термінали;
- здійснити аналіз термінальних елементів, що складають периферію фрейму «Зовнішність», у романі Л. Фейхтвангера «Ієфай та його дочка»;