

*На правах рукописи*

**КАЗАНЦЕВА Юлия Сергеевна**

**СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ  
В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПРОСПЕКТАХ УСЛУГ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое  
и сопоставительное языкознание

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2007

Работа выполнена в ГОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор  
**Комарова Зоя Ивановна**

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор  
**Табанаква Вера Дмитриевна**

кандидат филологических наук, доцент  
**Шустрова Елизавета Владимировна**

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Пермский государственный университет»

Защита состоится \_\_\_\_ марта 2007 года в \_\_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 212.283.02 при ГОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» по адресу: 620017, Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, ауд. 316.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном зале научной библиотеки и на Интернет-сайте Уральского государственного педагогического университета [www.uspu.ru](http://www.uspu.ru).

Автореферат разослан «    » февраля 2007 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Пирогов Н.А.

Реферируемая работа посвящена сопоставительному исследованию функционально-семантической категории субъективной модальности в русских и английских текстах-проспектах сферы образовательных услуг при синтезе семантико-синтаксического и стилистического аспектов.

**Актуальность** исследования обусловлена рядом лингвистических и экстралингвистических факторов:

- несмотря на то, что модальность находится в центре лингвистических поисков, начиная с сороковых годов XX века, ее свойства еще слабо изучены, о чем свидетельствует повышенный интерес к данному явлению со стороны современных исследователей;
- существует насущная необходимость в том, чтобы уточнить объем понятия субъективная модальность путем выделения основных ее смыслов в функционально-стилистических разновидностях языка и предметных сферах, особенно с привлечением текстов, которые не подвергались еще такому исследованию (в нашем случае это проспекты образовательных услуг);
- требуется упорядочить языковые средства репрезентации субъективной модальности в избранном жанре и систематизировать существующие о ней знания;
- необходимо продолжение изучения особенностей профессионально-педагогической коммуникации с точки зрения лингвистики.

**Объектом** настоящего исследования мы называем функционально-семантическую категорию субъективной модальности в русских и английских информационных проспектах образовательных услуг.

**Предметом** исследования определяем типы и средства репрезентации функционально-семантической категории субъективной модальности, а также закономерности ее функционирования на базе русских и английских текстов проспектов образовательных услуг.

**Цель** диссертации состоит в том, чтобы выявить, описать и сопоставить типы субъективной модальности и способы ее языковой манифестации в русских и английских проспектах учреждений высшего профессионального образования.

Цель обусловила постановку следующих **задач**:

1. Определить оптимальную теоретическую базу сопоставительного исследования категории субъективной модальности в проспектах образовательных услуг на русском и английском языках.
2. Выявить типы исследуемой категории в сопоставляемых

текстах избранной жанрово-стилистической разновидности.

3. Охарактеризовать средства языковой манифестации субъективной модальности в русскоязычных и англоязычных текстах-проспектах образовательных услуг.

4. Выявить место познавательной оценки в содержании категории субъективной модальности.

5. Рассмотреть соотношение типов субъективно-модальных значений и видов познавательной оценки.

6. На базе решения всех предшествующих задач выделить сходства и различия типов и средств репрезентации функционально-семантической категории субъективной модальности в сопоставляемых источниках.

**Методы исследования.** Исследование выполняется в рамках сопоставительного метода как основного. Для решения частных задач применяем метод семантической интерпретации, анализ дефиниций, стилистический анализ, лингвистический эмпирический анализ (основанный на конструировании возможных построений высказываний), элементы количественного метода.

**Источниками материала исследования** были избраны проспекты учреждений высшего профессионального образования России, Великобритании, США и Австралии, изданные в период, охватывающий середину 90-х годов прошлого века по настоящее время. Проспекты проанализированы примерно в равном соотношении по языкам; общий объем печатного текста составляет около 2600 страниц. Всего обнаружено 740 русских и 820 английских единиц реализации категории субъективной модальности (вместе – 1560 единиц).

При всем разнообразии существующих подходов к описанию модальности продуктивной для нашего исследования является идея разграничения данной категории по типам: на объективную и субъективную. В первом случае имеется в виду выражение отношения сообщаемого к действительности (или внеязыковой реальности) с точки зрения говорящего лица; во втором – способы квалификации говорящим лицом объективного содержания своего сообщения. Поскольку модальность всегда исходит от субъекта речи, ее деление по типам носит условный характер.

Объективная модальность традиционно считается основной (обязательной). Она складывается из противопоставления значений реальности/ирреальности. Субъективную модальность зачастую

называют факультативной, второстепенной (Г.А. Золотова, Е.И. Беляева, Г.П. Немец, Л.Я. Зятькова, О.В. Трунова, L.G.Alexander, G.Yule и др.). При этом отмечается, что ее семантический объем гораздо шире объема основной модальности. По одним наблюдениям, субъективная модальность вмещает целую гамму значений, включая виды эмоционально-экспрессивной реакции, а также оценки в широком понимании (Ш. Балли, Н.Е. Петров, Г.П. Немец, Л.Я. Зятькова, И.А. Трофимова, Н.С. Валгина, Н.Ю. Шведова), по другим, – область ее проявления не выходит за рамки передачи достоверного/недостоверного смысла сообщаемого (Е.И. Беляева, О.В. Трунова, Е.М. Вольф, Г.А. Золотова, А. Cruse, L.G. Alexander, M.Lewis и др.).

**Научная новизна** работы заключается в том, что сопоставительный анализ субъективной модальности впервые проводится при синтезе двух аспектов: семантико-синтаксического и стилистического; в работе впервые рассматривается вопрос о соотношении типов субъективно-модальных значений и видов познавательной оценки; в научный оборот вводится ранее не исследованный (с точки зрения субъективной модальности) и малоисследованный (в целом) жанр текста – информационный проспект образовательных услуг.

**Теоретическая значимость исследования** состоит в том, что для теории предложения, функциональной грамматики, семантического синтаксиса существенно расширяются знания о семантическом объеме категории субъективной модальности и средствах ее языковой манифестации в русском и английском языках. Кроме того, для функциональной стилистики, стилистики текста углубляется разработка проблем, связанных с речеведческим аспектом изучения языковых явлений: функционирование субъективной модальности на базе широкого контекста, случаи синкретизма типов исследуемой категории в избранном жанре.

**Практическая ценность** диссертации определяется возможностью применения результатов исследования в лингводидактике: при изучении научного и рекламного текстов, преподавании элективных курсов и проведении семинаров (по теоретической грамматике, семантическому синтаксису, стилистике текста, функциональной стилистике), при составлении учебников и методических пособий, а также в практике создания и редактирования текстов исследованной жанрово-стилевой разновидности. Материалы

могут также представлять интерес для специалистов в области маркетинга образовательных услуг, психологии и гносеологии.

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Субъективная модальность, обладающая статусом универсальной функционально-семантической категории и предназначенная разносторонне квалифицировать содержание передаваемой мысли, наиболее адекватно может быть охарактеризована при синтезе семантико-синтаксического и стилистического подходов, что позволяет определить соотношение типов субъективно-модальных значений и видов познавательной оценки в тексте информационного проспекта.

2. К типам исследуемой категории (из числа известных науке типов применительно к языку в целом) в русских и английских проспектах мы относим персуазивность (то есть квалификацию сообщения в плане степени его достоверности); каузальность (иначе, доказательство истинности достоверных оснований рассуждения или вывода); оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста; авторизацию; отсылки на источник информации или на факт; ссылки на обычность; эмоциональную и поясняющую оценки сообщения. На основе полученных результатов выявлен высокий изоморфизм субъективно-модальных значений в русских и английских информационных проспектах.

Отсутствие изоморфизма мы наблюдаем: в степени репрезентации персуазивной и поясняющей оценок, в оформлении связности речи, в наличии/отсутствии каузальных ситуаций прямого обоснования действия. На базе русских проспектов шире представлена поясняющая оценка (русск. – 9% от общего числа, англ. – 3%), на базе английских аналогов – персуазивность как сниженная достоверность (русск. – 3% от общего числа, англ. – 6%). Английская речь, в отличие от русской, лишена модальности сопоставления мыслей. Напротив, в русском изложении отсутствуют каузальные ситуации прямого обоснования действия с точки зрения возможности/невозможности его совершения, побуждения к нему и должествования.

3. В русскоязычных и англоязычных проспектах образовательных услуг субъективная модальность манифестируется следующими языковыми средствами: вводными словами и сочетаниями слов, вводными предложениями (высказываниями), инверсированным порядком слов (в риторическом вопросе), аксиологическими предикатами, причинно-следственными конструкциями. При этом

незадействованными оказываются модальные частицы, синтаксические повторы и синтаксические фразеологизмы, что говорит об избирательности использования единиц, реализующих субъективную модальность в обсуждаемом жанре литературы.

Вместе с тем, мы обнаруживаем отличительные особенности русских и английских средств вербализации субъективной модальности. В частности, для русскоязычного автора информационного проспекта наиболее типично употребление придаточных присоединительных частей в сложных высказываниях определительно-распространительного типа, для англоязычного автора – применение модальных глаголов, а также использование присоединительных конструкций в сложных высказываниях с бессоюзной связью между частями.

4. Субъективная модальность есть форма мнения, в основании которого всегда лежит познавательная оценка. Последняя понимается нами как сложный мыслительный процесс, включающий этап уяснения сути предмета (или этап познания) и саму операцию оценивания (оценки). При этом познавательная оценка шире исследуемой категории, поскольку наряду с квалификацией мысли, выраженной высказыванием, является неотъемлемой составляющей процесса номинации предметов и явлений действительности.

5. Субъективная модальность в русских и английских текстах-проспектах образовательных услуг «отвечает» за выражение онтологической, рефлексивной и коммуникативно-прагматической разновидностей познавательной оценки. Онтологическая оценка предопределяет отражение на текстовой ткани таких типов субъективной модальности, как персуазивность (достоверность), каузальность, авторизация, категория отсылки, ссылки на обычность, поясняющая (+ утилитарная – в русском тексте) оценка, уточняющая и обобщающая квалификации высказываний. Рефлексивная познавательная оценка предопределяет выражение изучаемой категории в качестве оценки логико-смыслового сцепления мыслей. Коммуникативно-прагматическая оценка предопределяет репрезентацию субъективной модальности в роли эмоциональной, акцентирующей и экспрессивной квалификаций сообщения. Наблюдаемый изоморфизм носит конститутивный характер.

**Апробация работы.** Основные положения диссертационного исследования обсуждались на заседании кафедры теоретической и прикладной лингвистики Уральского государственного

педагогического университета (2004, 2006) и освещались в докладах на ежегодной региональной научной конференции «Актуальные проблемы лингвистики» (Екатеринбург, УрГПУ, 2005, 2006); на VII международной научно-практической конференции «Лингвистика, перевод и межкультурная коммуникация» (Екатеринбург, Институт международных связей, 2005), на V Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы изучения языка и литературы: языковая личность в межкультурной коммуникации» (Абакан, Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова, 2005), на VIII международной научно-практической конференции «Лингвистика, перевод и межкультурная коммуникация» (Екатеринбург, Институт международных связей, 2006), на международной лингвистической конференции «Язык и культура» (Екатеринбург, УГТУ-УПИ, 2006), на I международной научной конференции «Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике» (Кемерово, Кемеровский государственный университет, 2006).

По теме диссертации опубликовано 9 работ.

**Структура диссертации.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии.

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, определяются цель и задачи диссертации, раскрывается ее научная новизна, практическая и теоретическая значимость, уточняются методы и материал исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, сообщаются сведения об апробации работы.

**Глава I «Теоретическая база сопоставительного исследования субъективной модальности в русских и английских проспектах образовательных услуг»** посвящена рассмотрению общих теоретических и методологических проблем диссертационной работы.

Анализ научной литературы, посвященной категории модальности, показал, что на сегодняшний день сформировано три основных подхода к изучению обсуждаемого явления: синтаксический (Ш. Балли, В.В. Виноградов, Н.Ю. Шведова, А.Б. Шапиро, Г.А. Золотова, Е. Беличова-Кржижкова, П.А. Лекант, Л.С. Ермолаева, Г.П. Немец, Т.И. Краснова и др.), логико-синтаксический (Г.В. Колшанский, В.З. Панфилов, О.В. Трунова, М.А. Кронгауз, И.Е. Ким, Т.И. Дешериева, Дж. Лайонз, А.Ж. Thomson, А.В. Martinet, А. MacIn, L.G. Alexander, А. Cruse и др.) и текстовый (О.И. Москальская, Т.В. Матвеева, Н.В. Давидко, З.Я. Тураева, Р.С. Аликаев, В.Н. Мещеряков,

Л.Я. Зяткова, Н.С. Валгина, В. Дресслер и др.). Таким образом, на современном этапе развития языкознания модальность рассматривается как универсальная функционально-семантическая категория. Иными словами, она представляет собой совокупность грамматических значений в содержании предложения/высказывания и в содержании текста, передача которых достигается средствами разных уровней языковой системы: морфологическими, лексическими, лексико-синтаксическими, синтаксическими, интонационными, а также их комбинацией.

Во втором параграфе главы дается обзор исследований по таким проблемам, как типы и средства репрезентации субъективной модальности в текстах на русском и английском языках, место оценки в содержании обсуждаемой категории, обязательные и факультативные субъективно-модальные смыслы.

Выяснилось, что категория субъективной модальности способна «воплощать» десятки типов значений благодаря большому арсеналу задействованных ею средств. Это объясняется тем, что в основе исследуемой категории лежит познавательная оценка, которая представляет собой сложный ментальный процесс, объединяющий этап уяснения сути предмета (или этап познания) и операцию оценивания (оценки) этого предмета. Соответственно, с помощью вербальных средств субъективная модальность обращает любое высказывание в форму мнения.

Вопрос о существовании обязательных и факультативных субъективно-модальных значений сообщения не поднимался лингвистами на протяжении почти сорока лет со времени выхода в свет первых работ, посвященных модальности. Впервые он был поставлен и рассмотрен в учебнике «Современный русский язык» под редакцией В.А. Белошапковой, опубликованном в 1997 году. Обязательным субъективным значением предложения (высказывания) была названа персуазивность как оценка степени достоверности сообщаемого, как выражение уверенного или неуверенного знания. «Значение достоверности/недостоверности имеет каждое предложение» [Современный русский язык 1997: 773]. Мы солидарны с мнением В.А. Белошапковой о том, что грамматическая природа предложения (высказывания) всегда требует от говорящего выражения определенных субъективных значений, характеризующих его именно как автора речи. «Роль автора речи обязывает его, в первую очередь, актуализировать передаваемое объективное содержание, то есть

«соотнести его с ситуацией речи, опираясь на понятия ‘я – здесь – сейчас’» [Белошапкова 1997: 771]. Известно, что модальность, в первую очередь, призвана соотносить высказывание с действительностью. Следовательно, рационально и справедливо считать обязательным субъективным значением высказывания персуазивность. Очевидно, что тогда другие виды модальных характеристик, в свою очередь, «накладываются» на уже достоверное или не совсем достоверное с точки зрения говорящего сообщение.

В третьем разделе дается жанрово-стилистическая характеристика источников материала исследования. Отметим, что публикация проспектов образовательных услуг недавно вошла в практику по инициативе ведущих российских вузов и приобретает сегодня все большую актуальность в нашей стране. Как известно, это опыт стран-лидеров в области международного образования, преимущественно англоговорящих, таких как США, Великобритания, Австралия.

Удалось установить, что проспекты учреждений высшего профессионального образования являются текстами в силу выполнения ими требований единого адресанта, связности, цельности, а также определенной прагматической задачи. Прежде всего, следует отметить ориентированность текстов данного типа на научный стиль в связи с их насыщенностью терминологией сферы образования. Ср.: «В какой-то мере проспекты-каталоги можно отнести к «терминорождающим» текстам, т.е. способствующим увеличению объема специального словаря...» [Макеева 2002: 51]. Одновременно, информационным проспектам присущи дополнительные признаки письменного научного изложения, а именно: официальность, стандартность, ясность, наличие клишированных структур и аналитических конструкций и др. Помимо перечисленных признаков, проспекты вузов, несомненно, сочетают в себе черты рекламных информационных сообщений. Очевиден тот факт, что исследуемые тексты предназначены, главным образом, для выполнения следующих коммуникативных задач: создание атмосферы осведомленности об описываемом объекте, стимулирование решения о выборе образовательной услуги (Стилистический энциклопедический словарь, Х. Кафтанджиев, Е.В. Ромат и др.). Вместе с тем, отмечается, что проспект – это речевое произведение, которое «носит подчеркнуто дидактический характер, обладает избыточной информативностью» [Макеева 2002: 54]. Учитывая все перечисленные выше факторы, мы условно относим рассматриваемый вид литературы к научно-

информативному подстило с элементами рекламы.

Глава II «Субъективная модальность в русском и английском тексте информационного проспекта: семантико-синтаксический аспект» посвящена сопоставительному описанию обязательных и факультативных типов субъективной модальности, а также средств их репрезентации в избранном жанре (на уровне коммуникативной единицы – высказывания).

В ходе исследования мы обнаружили изоморфные для сопоставляемых проспектов типы субъективной модальности. Дадим краткую характеристику каждого типа.

**Персуазивность** – оценка степени достоверности содержания сообщаемого, выражение уверенного/неуверенного знания. Значением достоверности/недостоверности обладает каждое высказывание. При этом эксплицированным оказывается второе значение оппозиции, так как достоверность «выражается имплицитно: самим фактом отсутствия показателей недостоверности» [Современный русский язык 1997: 773].

В проспектах на русском языке данный тип модальности манифестируется: 1) модальными словами-показателями сниженной достоверности: *возможно, наверное, пожалуй, видимо, очевидно, может быть* и др.; 2) словами со значением приблизительности: *приблизительно, примерно, ориентировочно*. В проспектах на английском языке персуазивность вербализуется аналогичными средствами (модальными словами-показателями сниженной достоверности: *perhaps, probably, possibly, maybe* и др.; словом со значением приблизительности *approximately*), а также дополнительными (модальными глаголами: *may, might*). Проиллюстрируем сказанное: «Из всех наук, сформировавшихся в ходе становления человеческой цивилизации, **пожалуй**, нет более фундаментальной, чем физика, поскольку именно она проникает в самую сущность окружающего нас мира» [НГУ 2005: 13]; «Some students **may have already gained** valuable experience in the work place before they start their degree...» [EBSL 2003: 5]; «Потребность в таких специалистах сейчас **примерно** втрое превышает возможности выпускающей кафедры» [BA 2005: 9]; «Slippery Rock University awards **approximately** \$280,000 in academic scholarships each year» [SRU 2000: 19].

**Каузальность** – обоснование достоверных оснований рассуждения или вывода. На базе сопоставляемых текстов данный тип модальности представлен в виде трех ситуаций (с последующим

делением каждой на частные разновидности): 1) ситуации прямого обоснования события; 2) ситуации прямого обоснования действия; 3) ситуации прямого обоснования оценки. Каузальная ситуация имеет четко выраженную структуру: мотивируемый компонент, представляющий собой достоверное (с точки зрения говорящего) сообщение, и мотивирующий – содержащий аргументацию истинности мотивируемого компонента: «*Кафедра обеспечивает специалистами по парусному спорту все регионы страны, поскольку является единственной в вузах России, осуществляющей подготовку специалистов этого профиля*» [КГАФК1 1994: 18]; «*As one of Australia's largest and most respected universities, UTS attracts students from all over the world because it offers career relevant education*» [UTS 2003: 4]; «*О востребованности выпускников говорит тот факт, что 85% наших старшекурсников уже работают переводчиками на различных предприятиях города*» [ВА 2005: 15]; «*Students who wish to be entered for the IELTS examination during the Summer School should register with the college for the examination by the end of June, as places are limited*» [ACO 2005: 10].

В русских и английских проспектах вербализуются изоморфно:

1. Каузальные ситуации прямого конкретизирующего обоснования события, встречаемые в сложных синтаксических конструкциях бессоюзного типа.

2. Каузальные ситуации прямого собственно обоснования оценки, встречаемые в сложных синтаксических конструкциях с подчинительной связью между частями.

3. Каузальные ситуации прямого конкретизирующего обоснования оценки, встречаемые в сложных синтаксических конструкциях бессоюзного типа.

Для русских текстов исследуемого жанра (помимо названных ситуаций) характерными являются:

- каузальные ситуации прямого обоснования события (манифестируются в сложных синтаксических конструкциях: 1) с причинными союзами: *потому что, так как, поскольку*; 2) с глаголами: *свидетельствовать, говорить, объяснять* и др.; 3) с глаголом *значить*);

- каузальные ситуации прямого обоснования необходимого действия (передаются сложными синтаксическими конструкциями с модальными словами: *нужно, необходимо* и др. для выражения отношения между субъектом и действием).

Для английского информационного проспекта типичными являются:

- каузальные ситуации собственно обоснования события (манифестируются в сложных синтаксических конструкциях: 1) с причинными союзами *because, as, since* и союзным словом *for*; 2) с глаголом *to mean*);

- каузальные ситуации прямого обоснования возможности/невозможности совершения действия (вербализуются посредством сложных синтаксических конструкций с глаголами *can, cannot* для выражения отношения между субъектом и действием);

- каузальные ситуации прямого обоснования необходимого действия (отражены в сложных синтаксических конструкциях с модальным глаголом *should*, полумодальным глаголом *need* для выражения отношения между субъектом и действием);

- каузальные ситуации прямого обоснования должествования (передаются сложными синтаксическими конструкциями с модальным глаголом *must* для выражения отношения между субъектом и действием);

- каузальные ситуации прямого обоснования побуждения к действию (манифестируются в сложных синтаксических конструкциях с глаголами в императиве для выражения отношения между субъектом и действием).

Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста. К данному типу модальности в сопоставляемых источниках мы относим различные способы указания на связь мыслей, на их последовательность, на важность одних и второстепенность других, на их сопоставление и противопоставление и т.д.: «*Ясно, что, во-первых, факультет должен развиваться в направлении открытия преимущественно новых гуманитарных специальностей, во-вторых, перспективой является создание гуманитарного института в рамках УГТУ-УПИ*» [ВА 2005: 32]; «*However, although all Australian universities accept international students, many do not have full-fee programs for Australian students*» [UNSW 2002: 18].

Авторизация – структурно семантический план высказывания, указывающий на субъект *автора оценки, восприятия или констатации* явлений действительности. Все три типа авторизации репрезентируются в сопоставляемых текстах изоморфно.

В русских текстах-проспектах образовательных услуг указание на субъект автора квалификации (оценки) как тип субъективной модальности выражается: 1) глаголами квалифицирующей семантики: *считать, называть, признавать, оценивать, рассматривать, объявлять* и др.; 2) предикатами мнения: *думать, отмечать, для кафедр, по нашему мнению, для нас* и др.; 3) предикатами: *казаться, представляться*. В английских аналогах данный тип модальности репрезентируется идентичными по статусу и значению средствами, а именно: 1) глаголами квалифицирующей семантики: *to consider as, to regard as, to describe as, to name as, to mark as, to view as* и др.; 2) предикатами мнения: *to think, to note, to argue, to say, for us* и под.; 3) предикатами: *to seem, to imagine*. Указание на субъект автора восприятия манифестируется глаголами: *наблюдать, испытывать, претерпевать, видеть, воспринимать* в русском проспекте: глаголами *to sense, to feel, to see* – в английском. Авторизация обнаружения репрезентируется русскими глаголами *найти, обнаружить*, английскими глаголами схожей семантики *to find, to discover*. Подтверждаем сказанное примерами: «Краснодарский государственный институт физической культуры **признан** одним из ведущих высших учебных заведений в отрасли и преобразован в Кубанскую государственную академию физической культуры» [КГАФК1 1994: 64]; «*The Advanced Human Resource Executive Program is considered the preeminent program for senior human resource executives*» [MRSB 2006: 23]; «**По мнению большинства руководителей теле-и радиостанций, профессиональная подготовка кадров по продажам и маркетингу обладает большим потенциалом в отношении получения прибыли от капиталовложений.**» [ЦОТ 2002: 15].

Отсылки на источник информации или на факт – характеристика высказывания с точки зрения того, где заимствуется информация. Данный тип модальности выражается в сопоставляемых текстах различными вводными конструкциями, например: «**Согласно рейтингу Министерства науки и образования РФ, наш факультет стабильно находится в числе лидеров по качеству обучения**» [УРГУ 2005: 34]; «**It is well recognized internationally that improvement in health requires more than improvements in medical knowledge and clinical treatment**» [НИИ 2004: 2].

Ссылки на обычность – одна из форм характеристики сообщаемого по признаку его протекания во времени, отношению ко времени. В

перспектах на русском языке данные ссылки манифестируются вводными сочетаниями слов: **как правило, в основном**, в англоязычных перспектах – вводными словами **normally, generally**: «**Как правило, в группы судебной специализации проходят студенты, чей средний балл по итогам учебы за три первые года обучения выше четырех баллов**» [ИЮ 2004: 2]; «**Your classes may be larger at first, but they generally become smaller as you progress in your chosen field**» [WU 2006: 6].

Эмоциональная оценка – выражение эмоций, чувств, переживаний автора речи по отношению к содержанию своего высказывания (не по отношению к читателю): «**Университет гордится тем, что принимает активное участие в информационной революции, целью которой служит построение в России информационного общества**» [СПбГУТ 2005: 4]; «**It is a matter of pride that HGSE was the first professional school at Harvard to admit women**» [HGSE 1998: 70]; «**Каждый, кто принимает решение учиться в университете, несомненно, верит, что сможет применить полученные знания**» [СПбГУ 2005: 4].

В русском тексте данный тип субъективной модальности идентифицируется благодаря таким средствам, как: 1) вводные конструкции: **к счастью, к сожалению, мы гордимся, мы надеемся** и др.; 2) вводные слова и высказывания: **без сомнения, несомненно, безусловно, вне сомнения, не вызывает сомнения тот факт, что** и др.; 3) восклицательная интонация. В английском тексте-перспекте эмоциональная оценка вербализируется: 1) вводными конструкциями со словами: **happy, pride, hope** и др.; 2) вводными словами и высказываниями: **arguably= definitely= certainly, most surely, we believe, it is a happy truth that** и др.; 3) восклицательной интонацией.

Поясняющая оценка. Ее возникновение возможно в двух случаях. Во-первых, пояснение может принимать форму добавочного замечания по поводу основного высказывания, во-вторых – вид оценки манеры/характера/стиля изложения.

В русском тексте информационного проспекта для пояснения используются: 1) придаточные присоединительные части определительно-распространительного типа; 2) вводные словосочетания: **иначе сказать, проще говоря, образно говоря, словом, иными словами, одним словом, можно сказать** и т.д. В английском проспекте образовательных услуг с этой целью употребляются: 1) присоединительные конструкции в сложных

высказываниях с бессюжной связью между частями; 2) вводные словосочетания: *in truth, in fact, in short*. Примеры могут быть следующими: «Студенты овладевают теорией и практикой геологической картографии, **что является основой как для поисков и разведки всех видов месторождений, так и для любых фундаментальных геологических исследований, проводимых СО РАН**» [НГУ 2005: 31]; «*The Dean has organized a weekly co-ed faculty-student basketball game – an exception to the principle of “cooperation rather than competition*» [NYUSL 1999: 32]; «*In short, faculty and students enjoy the best available computer resources for legal research, statistical analysis, and Internet communications*» [NYUSL 1999: 10].

В количественном соотношении типы субъективной модальности отдельно для русских и для английских текстов могут быть представлены следующим образом:

**ТАБЛИЦА 1.**

**Статистика результатов исследования типов субъективной модальности**

Тип субъективной модальности	Удельный вес (%) в русском тексте	Удельный вес (%) в английском тексте
Персуазивность	3%	6%
Каузальность	10%	8%
Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста	40%	48%
Авторизация	21%	22%
Отсылка на источник информации или на факт	3%	1%
Ссылки на обычность	7%	6%
Эмоциональная оценка сообщения	7%	6%
Поясняющая оценка сообщения	9%	3%

Как видно из таблицы, в сопоставляемых источниках имеет место изоморфизм субъективной модальности, за исключением персуазивной (в русском тексте в 2 раза ниже) и поясняющей ( в русском тексте в 3 раза выше) оценок высказывания.

В главе III «Субъективная модальность в русском и английском тексте информационного проспекта: стилистический аспект» решается вопрос о соотношении типов субъективной модальности и видов познавательной оценки, проводится сопоставительный стилистический анализ изучаемой категории на участках русского и английского текстов-проспектов, рассматриваются случаи синкретизма субъективно-модальных значений, присущих литературе изучаемого жанра.

Отметим, что понятие познавательная оценка в современных стилистических исследованиях тесно связано с понятием эпистемической ситуации, впервые введенным в «научный обиход» М.П. Котюровой. Первоначально эпистемическая ситуация осмысливалась как комплекс специфических экстралингвистических факторов, то есть как совокупность онтологического, методологического и аксиологического компонентов научно-познавательной деятельности, влияющих на процесс текстообразования, а также на характер смысловой структуры научного произведения. В дальнейшем это понятие пересматривалось и уточнялось.

В качестве образцовой модели эпистемической ситуации мы рассматриваем модель Н.В. Данилевской, где нашли детализированное отражение методологические разработки Н.Д. Арутюновой, М.П. Котюровой, Е.А. Баженовой и других исследователей-стилистов. Данная модель отражает эпистемическую ситуацию в виде **онтологического, рефлексивного, методологического и коммуникативно-прагматического** аспектов познавательной деятельности, каждый из которых реализуется посредством оценочных высказываний.

Результаты нашего исследования показывают, что познавательная оценка, находящаяся в основе исследуемой категории представлена тремя разновидностями: онтологической, рефлексивной и коммуникативно-прагматической. Данные результаты оформлены в таблице 2 (на с. 18).

**ТАБЛИЦА 2.**

**Типы субъективной модальности как частные познавательные оценки**

Субъективная модальность в тексте информационного проспекта	Персуазивность	Достоверная оценка (констатирующая – ценностная)	Онтологическая	Познавательная оценка как основа субъективной модальности
	Каузальность	Аналитическая оценка (аргументативная)		
	Авторизация	Оценка способа выражения предметного содержания		
	Отсылки на источник информации или на факт	Констатирующая оценка (ценностная)		
	Ссылки на обычность	Оценка ограниченной констатации (ценностная)		
	Поясняющая оценка + утилитарная оценка	Узкоконтекстуальная оценка (аргументативная)		
	Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста: указание на использование сообщения в качестве примера или вывода	Оценка при уточнении, конкретизации (аргументативная); Обобщающая оценка (аргументативная)		
	Эмоциональная оценка сообщения	Прагматическая	Коммуникативно-прагмат.	
	Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста: указание на важность информации	Акцентирующая оценка (собственно коммуникативная)		
	Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста (все виды)	Экспрессивная оценка (прагматическая)		
Оформление сообщения по характеру его связей с другими сообщениями в структуре текста: указание на последовательность мыслей, на их сопоставление, противопоставление	Оценка контактной (логико-смысловой) связи	Рефлексивная		

Как видим в основе субъективной модальности нет оценки методологической стороны знания, что можно считать одной из главных особенностей жанра проспекта образовательных услуг и, возможно, категории в целом.

Отметим, что поскольку типы субъективной модальности на русском и английском анализируемом материале изоморфны, то предложенная выше схема-таблица отображает характер совмещения модальных и познавательных оценок, общий для двух языков.

Итак, сопоставив русские проспекты образовательных услуг с английскими, мы можем констатировать следующее: стилеобразующая роль субъективной модальности в жанре русскоязычного и англоязычного проспекта образовательных услуг сводится к выражению таких характеристик речи, как **достоверность** (при наличии констатирующей и каузальной модальных оценок), **категоричность** изложения (при использовании авторизованных конструкций с несовпадающим субъектом речи и субъектом квалификации, а также категории отсылки и каузальных конструкций), **объективность** повествования (при оценке сниженной достоверности, приближительности и ссылок на обычность), **описательность** (при конкретизации и пояснении в пользу расширения смысла основного содержания), **подчеркнутая логичность** (при логико-смысловом объединении мыслей), **диалогичность** (при акцентирующей модальности и остальных вводных средствах связи сообщений).

Анализ субъективной модальности, проведенный на участках русского и английского текстов–проспектов, позволил обнаружить стилистически значимое свойство изучаемой категории для избранного жанра литературы – синкретизм, иначе говоря, сосуществование в рамках одного высказывания двух или нескольких типов факультативных субъективно-модальных значений. Для научной доказательности этого факта приведем некоторые иллюстрации из сопоставляемых нами источников: «Для лиц, имеющих диплом специалиста, обучение в магистратуре **рассматривается как второе высшее образование (в соответствии с письмом Минобразования РФ № 14-52-485ин/13 от 03.08.2000)**» [СПбГУ 2005: 6]. В настоящем высказывании происходит совмещение авторизации и отсылки на информирующий источник. «**Выпускники курсов успешно трудятся в компаниях и, как правило, активно продвигаются по службе или переходят на работу в более престижные компании, о чем говорят**

*проведенные Центром опросы»* [ЦОТ 2005: 5]. В приведенном примере происходит одновременная вербализация ссылки на обычность и каузальности. «*We believe that the high quality of our American degrees, delivered by British academics at our unique location, give the College a status that can be described as “the best of both worlds»* [BACL 2002: 1]. Как видим, в данном случае имеет место синкретизм эмоциональной оценки и авторизации. «*However widely discussion ranges over questions of cultural history and ethical implication, lectures and students will normally have texts open for continual reference, illustration and analysis»* [UC 2003: 47]. В приведенном примере находим противопоставление сообщаемого предыдущей мысли и характеристику сообщаемого по признаку его протекания во времени.

В **Заключении** подводятся основные итоги диссертации, намечаются перспективы дальнейшего исследования категории субъективной модальности. Полученные в ходе исследования основные научные результаты можно представить следующим образом:

1) была определена оптимальная теоретическая база сопоставительного исследования категории субъективной модальности в русском и английском языках;

2) были выявлены типы исследуемой категории на базе текстов избранной жанрово-стилистической разновидности в сопоставляемых языках;

3) охарактеризованы средства языковой манифестации субъективной модальности в русскоязычных и англоязычных текстах-перспектах образовательных услуг;

4) обозначено место познавательной оценки в содержании категории субъективной модальности;

5) было рассмотрено соотношение видов познавательной оценки и типов субъективно-модальных значений.

Таким образом, подводя итоги проведенного исследования, мы считаем необходимым отметить перспективность и продуктивность принятой нами концепции: синтеза семантико-синтаксического и стилистического подходов, что позволило более глубоко выявить специфику категории субъективной модальности в избранной жанрово-стилистической разновидности.

Перспективным представляется использование предложенной в работе методики анализа субъективной модальности при изучении

данной категории в других предметных сферах, иных функциональных разновидностях русского и английского языков. Возможно также дальнейшее привлечение к сопоставительному анализу субъективной модальности других генетически и типологически близких и различных языков.

**Основное содержание диссертации отражено  
в следующих публикациях:**

**Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК:**

1. *Казанцева Ю.С.* К проблеме сущности модальности английского языка (в англоязычной лингвистической теории) [Текст] / Ю.С. Казанцева // Вестник Уральского государственного технического университета- УПИ. Вып. 3 (74). Часть 2. Язык и культура: лексика, грамматика, текст. Серия: Филология. – Екатеринбург, 2006. – С. 73-77.

**Публикации в других изданиях:**

2. *Казанцева Ю.С.* Вопрос о типах субъективной модальности в языках [Текст] / Ю.С. Казанцева // Сопоставительная лингвистика: Бюллетень Института иностранных языков / Уральский гос.пед.ун-т. Екатеринбург, 2005. – Т.4.- С. 78-83.

3. *Казанцева Ю.С.* Языковая модальность и ее теоретическое освещение в русской и зарубежной лингвистике [Текст] / Ю.С. Казанцева // Перевод и сопоставительная лингвистика: Периодический научный журнал. – Вып.№ 2./Уральский гуманитарный институт. Екатеринбург, 2005. – С. 94-99.

4. *Казанцева Ю.С.* О перспективности изучения семантико-синтаксической категории субъективной модальности на материале проспектов-каталогов образовательных услуг [Текст] / Ю.С. Казанцева// Актуальные проблемы изучения языка и литературы: языковая личность в межкультурной коммуникации: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, 23-25 ноября 2005 г., г. Абакан/Отв. ред. Е.В. Танков, научн.ред. И.В. Пекарская – Абакан: Изд-во Хакасского гос.ун-та им. Н.Ф. Катанова, 2005.- С. 136-140.

5. *Казанцева Ю.С.* Авторизация как разновидность субъективной модальности (в русском научно-деловом тексте) [Текст] / Ю.С.

Казанцева // Сопоставительная лингвистика: Бюллетень Института иностранных языков / Уральский гос.пед.ун-т. Екатеринбург, 2006. – Т.6.- С. 145- 149.

6. *Казанцева Ю.С.* Сущность модальности русского языка в отечественном и зарубежном лингвистическом освещении [Текст] / Ю.С. Казанцева // Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике: Материалы I Международной научной конференции (Кемерово, 29-31 августа 2006 г.)/Отв. ред. Е.А. Пименов, М.В. Пименова. – Кемерово: Юнити,2006.- Часть 4. – С. 39-44.

7. *Казанцева Ю.С.* Субъективная модальность в качестве познавательной оценки русскоязычного и англоязычного научно-делового текста [Текст] / Ю.С. Казанцева //Лингвистика, перевод и межкультурная коммуникация: Материалы VIII международной научно-практической конференции /Институт международных связей. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного ун-та им. А.М. Горького, 2006. – С. 60-61.

8. *Казанцева Ю.С.* О спорных вопросах относительно категории модальности в русском языке [Текст] / Ю.С. Казанцева //Актуальные проблемы лингвистики: Уральские лингвистические чтения -2005: Материалы ежегодной научной конференции, Екатеринбург, 1-2 февраля 2005 г./ Уральский гос.пед.ун-т.– Екатеринбург, 2005, № 18. – С. 57-58.

9. *Казанцева Ю.С.* Вопрос о соотношении объективной и субъективной модальностей: семантико-синтаксический подход [Текст] / Ю.С. Казанцева //Лингвистика, перевод и межкультурная коммуникация: Материалы XII международной научно-практической конференции /Институт международных связей. – Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2005. – С. 40-41.

