

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему МОДАЛЬНІСТЬ ЯК КОМПОНЕНТ МОВЛЕННЕВОЇ
ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ХУДОЖНЬОМУ
ДИСКУРСІ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0351-4а-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Цацура Катерина Олександрівна

Керівник д.ф.н., проф. Приходько Г. І.

Рецензент к.ф.н., доц. Залужна М. В.

Запоріжжя – 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології та лінгводидактики

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська

Освітня програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри
Надточій Н. О.

«___» _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

ЦАЦУРО КАТЕРИНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту): «Модальність як компонент мовленнєвої тактики переконання в англійськомому художньому дискурсі»

керівник кваліфікаційної роботи (проекту): Приходько Ганна Іллівна, д.ф.н., проф.

затверджені наказом ЗНУ від «24» травня 2022 року № 571-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту): 30 листопада 2022 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту): конкретні мовні засоби вираження модальності в ході реалізації тактики переконання у мовленні персонажів художніх творів.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) теоретичні засади вивчення модальності, її типів; 2) специфіка мовленнєвої тактики переконання та способи її мовного вираження 3) організація дослідження художніх текстів та аналіз його результатів.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|----------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| Вступ | Приходько Г.І., д.ф.н., проф. | 25.06.2022 | 25.06.2022 |
| Розділ 1 | Приходько Г.І., д.ф.н., проф. | 21.07.2022 | 21.07.2022 |
| Розділ 2 | Приходько Г.І., д.ф.н., проф. | 10.11.2022 | 10.11.2022 |
| Висновки | Приходько Г.І., д.ф.н., проф. | 19.11.2022 | 19.11.2022 |

6. Дата видачі завдання: 25.05.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра | Строк виконання етапів роботи (проєкту) | Примітка |
|-------|--|---|----------|
| 1. | Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; | травень 2022 | виконано |
| 2. | Добір фактичного матеріалу | червень 2022 | виконано |
| 3. | Написання вступу | червень 2022 | виконано |
| 4. | Написання теоретичного розділу | липень 2022 | виконано |
| 5. | Написання практичного розділу | серпень 2022 | виконано |
| 6. | Формулювання висновків | жовтень 2022 | виконано |
| 7. | Проходження нормоконтролю | листопад 2022 | виконано |
| 8. | Одержання відгуку та рецензії | листопад 2022 | виконано |
| 9. | Захист | грудень 2022 | виконано |

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ К. О. Цацуро

Керівник роботи (проєкту) _____ Г. І. Приходько

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Е. О. Веремчук

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 52 стор., 64 джерела.

Об'єкт дослідження: категорія модальності як компонент мовленнєвої тактики переконання.

Мета роботи: системне вивчення та виявлення різних типів модальності та конкретних мовленнєвих засобів її вираження при використанні мовленнєвої тактики переконання, опис мовленнєвої тактики переконання.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення теорії мовленнєвих стратегій і тактик (А. Д. Белова, Дж. Гумперз, Т. А. ван Дейк, С. Деріен, О. М. Ільченко, О. С. Іссерс та ін.).

Отримані результати: у ході дослідження нами було виявлено, що мовленнєва тактика переконання в англomовному художньому дискурсі виявляється через використання модальних компонентів різних типів. Найбільш типовим для мовленнєвої тактики переконання є об'єктивно-модальний компонент зі значенням реальності викладеної інформації, деонтичний компонент зі значенням нагальної необхідності або заборони, а також епістемічний компонент зі значенням високого ступеня впевненості. У мові зазначені модальні компоненти виявляються набором лексичних, граматичних та синтаксичних засобів.

Ключові слова: *модальність, мовленнєва стратегія, мовленнєва тактика, деонтична модальність, епістемічна модальність, оптативна модальність*

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1 МОДАЛЬНІСТЬ ЯК КОМПОНЕНТ МОВЛЕННЄВОЇ ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ | 6 |
| 1.1 Поняття мовленнєвої стратегії та мовленнєвої тактики..... | 6 |
| 1.1.1 Мовленнєва тактика переконання як одна із складових стратегій переконання..... | 10 |
| 1.2 Категорія модальності у мові..... | 12 |
| 1.2.1 Визначення поняття модальності та її типологія..... | 12 |
| 1.2.2 Засоби вираження модальності в англійській мові..... | 16 |
| 1.2.3 Модальність як компонент тактики переконання..... | 22 |
| РОЗДІЛ 2 МОДАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ МОВЛЕННЄВОЇ ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ..... | 25 |
| 2.1 Об'єктивна модальність висловлювань переконання..... | 25 |
| 2.2 Суб'єктивна модальність висловлювань переконання..... | 27 |
| 2.2.1 Деонтична модальність..... | 27 |
| 2.2.2 Епістемічна модальність..... | 35 |
| 2.2.3 Оптативна модальність..... | 39 |
| 2.2.4 Загальні характеристики різних типів текстів переконання з погляду модальності..... | 40 |
| ВИСНОВКИ..... | 44 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 47 |

ВСТУП

Твердження, що спілкування не є випадковим і хаотичним, а навпаки – цілеспрямованим процесом, який вибудовується співрозмовниками відповідно до їх мотивів і намірів, зовсім не нове для лінгвістики. Вже в епоху античності виникла наука, яка ставила за мету вивчення засобів впливу на іншу людину за допомогою мови – риторика.

У сучасній лінгвістиці реалізація цілей комунікантів вивчається через призму мовленнєвих стратегій та тактик, що зумовлюють відбір та організацію мовленнєвого та мовного матеріалу в процесі спілкування.

Один із основних мотивів спілкування для людини є вплинути на співрозмовника для того, щоб він погодився з думкою мовця. Ефективна реалізація цієї мети залежить від правильно обраної тактики переконання. Розуміння важливості мовного впливу позначилося у численних роботах, присвячених вивченню мовних особливостей тактики переконання. Зокрема, досить докладно було досліджено тактики переконання у сфері суспільних відносин, реклами, політики, судочинства. Проте мовні тактики переконання у повсякденному спілкуванні та художній літературі залишається недостатньо вивченими.

Актуальність дослідження зумовлена недостатньою вивченістю модальних компонентів у мовленні, а також зростаючою увагою сучасної лінгвістики до проблем мовленнєвого впливу, зокрема тактичного потенціалу переконання у художній літературі. З огляду на цілу низку причин політичного, економічного та соціокультурного характеру особливої уваги заслуговує визначення умов використання мовленнєвих одиниць з огляду на екстралінгвістичну ситуацію. Постановка та вирішення даної проблеми має велике значення і пояснюється тим, що мова є не тільки необхідним засобом спілкування, а й засобом маніпулювання діяльністю та поведінкою людей. Наша **гіпотеза** полягає в тому, що модальність залежить від багатьох

екстралінгвістичних факторів і значним чином впливає на ефективність конкретних тактик переконання.

Об'єктом дослідження є категорія модальності як компонент мовленнєвої тактики переконання.

Предметом дослідження виступають конкретні мовні засоби вираження модальності в ході реалізації тактики переконання у мовленні персонажів творів, які розглядаються.

Метою дослідження є системне вивчення та виявлення різних типів модальності та конкретних мовленнєвих засобів її вираження при використанні мовленнєвої тактики переконання.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- 1) уточнити визначення термінів «мовленнєва стратегія» та «мовленнєва тактика»;
- 2) виявити специфіку мовленнєвої тактики переконання;
- 3) розглянути існуючі підходи до вивчення категорії модальності у мові та її типологію;
- 4) з'ясувати конкретні способи мовленнєвого вираження тактики переконання.

Специфікою мети та завдань, поставлених у роботі, обумовлені такі **методи дослідження**:

1. Метод аналізу та синтезу теоретичного матеріалу.
2. Метод аналізу словникових дефініцій.
3. Описово-аналітичний метод.
4. Метод суцільної вибірки
5. Метод контекстуального та кількісного аналізу.

Матеріалом для аналізу слугувала вибірка (467 дискурс-фрагментів, що містять приклади використання тактики переконання з англomовних романів і п'єс: «Все королівське військо» Р. П. Уоррена (далі в тексті АКМ), «Великий Гетсбі» (GG) Ф. С. Фітцджеральда, «Портрет Доріана Грея» (DG)

та «Ідеальний чоловік» (IH) О.Уайльда, «Джейн Ейр» (JE) Ш. Бронте та «Пігмаліон» (Pigm) Б. Шоу.

Практична значущість дослідження полягає у тому, що отримані результати можуть бути використані в курсі лекцій з теорії комунікації, на практичних заняттях з англійської мови, навчання практичній граматиці, та риторики, а також для проведення літературних досліджень.

Робота пройшла **апробацію** на 1-ій науково-практичній студентській конференції. Результати дослідження представлено у публікації: «Молода наука-2022»

1. Цацуро К. Модальність як компонент мовленнєвої тактики переконання в англomовному художньому дискурсі. *Матеріали XV університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука 2022»* : зб. наук. праць. Запоріжжя, 2022.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про модальність як компонент мовленнєвої тактики переконання, особлива увага приділяється визначенню поняття «модальність», та її типів.

Другий розділ містить власний аналіз використання модальних дієслів та виразів як тактики переконання в англomовному художньому дискурсі.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи та окреслено перспективи подальших досліджень.

Загальна кількість сторінок 52, кількість використаних джерел 64.

РОЗДІЛ 1

МОДАЛЬНІСТЬ ЯК КОМПОНЕНТ МОВЛЕННЕВОЇ ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ

1.1 Поняття мовленнєвої стратегії та мовленнєвої тактики

Спілкування – це невід’ємна частина життя кожної людини. Проте вчені давно дійшли висновку, що метою спілкування не є виключно передача інформації. Навпроти, у процесі комунікації кожна зі сторін – свідомо чи несвідомо – переслідує власні цілі, відповідно до яких вона будує своє мовлення, а мова у цьому процесі є сильним інструментом впливу. Мовленнєвий вплив і всі супутні проблеми процесу комунікації привертають інтерес великої кількості міждисциплінарних напрямків, таких як психологія, лінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика, логіка, філософія, риторика, когнітологія, теорія мовного впливу, теорія комунікації та інші [Стерин 2001, с. 3]. Водночас, мовний вплив є сучасною наукою, предметом якої є ефективність спілкування. Становлення цієї науки є ще однією ознакою розвитку сучасного наукового знання, яке у свою чергу орієнтоване на практичні потреби суспільства [Стерин 2012, с. 4].

Ефективність комунікації визначається тим, чи досягаються цілі кожного з комунікантів у результаті спілкування, що у свою чергу залежить від вибору оптимальної комунікативної стратегії та конкретних тактик.

Питання стратегій і тактик комунікантів висвітлене у працях як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців (А. Д. Белова [Белова 2004], І. М. Борисова [Борисова 1996], Дж. Гумперз, Т. А. Ван Дейк [Van Dijk 1983], С. Дерієн [Darjan 2012], О. В. Дмитрук, О. М. Ільченко [Ishenko 2012], О. С. Іссерс [Issers 2013], В. Кінч, Г. Г. Почепцов, І. Є. Фролова, Х. Хаверкарте, Н. Хомський та ін.). Стратегії і тактики оцінних висловлень

знайшли відображення у дослідженнях таких лінгвістів: Н. В. Василенко, М. Вулфсон, Н. В. Гончарова [Гончарова 2002], Х. Грубер [Gruber 1993], Н. В. Коробова [Коробова 2007], П. В. Робінсон, І. Ю. Шкіцька [Шкіцька 2012], О. В. Яшенкова [Яшенкова 1995] та ін.

Було зроблено багато спроб дати чіткі визначення цих понять, визначити їхню сутність і співвіднесеність один з одним. Проте різномайття підходів до вивчення комунікативних стратегій перешкоджає випродукуванню єдиного розуміння.

Т. Ван Дейк у своїй роботі «Стратегії розуміння дискурсу» [Van Dijk 1983] вказує на те, що у комунікантів завжди є мета, виходячи з якої вони обирають форму та спосіб спілкування, а також конкретні мовні та невербальні засоби вираження своєї думки. Під стратегією вчений розуміє організацію комунікативних дій щодо досягнення поставленої мети оптимальним шляхом [Van Dijk 1983, p. 62].

М. Ю. Олешков у монографії «Моделювання комунікативного процесу» пояснює *мовленнєву стратегію* як «конкретний план мовленнєвого впливу на партнера комунікативної ситуації, специфічний спосіб мовленнєвої поведінки, обраний відповідно до цілеустановки, інтенцією мовця» [Олешков 2006, с. 41].

На думку О.С. Іссерс, мовленнєва стратегія це «комплекс мовленнєвих дій, вкладених у досягнення комунікативної мети» [Іссерс 2008, с. 181-182].

Таким чином, з наведених дефініцій можна зрозуміти, що в сучасній лінгвістиці прийнято розрізняти поняття комунікативної та мовленнєвої стратегії. Мовленнєва стратегія це більш вузьке поняття, оскільки включає невербальні засоби вираження думки: міміку, жести тощо. Такий поділ приймається не всіма вченими, і багато лінгвістів використовують поняття комунікативної та мовленнєвої стратегії як синонімічні, проте в цій роботі ми будемо використовувати поняття мовленнєвої стратегії в тому розумінні, яке відповідає визначенню О. С. Іссерс. Мовленнєва стратегія зумовлює відбір

фактів та спосіб їх подачі, структуру мовленнєвого акту, підбір та використання мовних засобів.

Спроби класифікувати комунікативні стратегії вживалися багатьма дослідниками (Т. Ван Дейк, О. С. Іссерс, Є. Ключев, М. Ю. Олешков та ін.). У найбільш загальному вигляді, на думку О. С. Іссерс, можна виділити *основні* та *допоміжні стратегії*. Це розмежування ґрунтується на двох типах цілей, що відображають суттєві мотиви поведінки людей. Це, по-перше, «бажання бути ефективним» (здійснити поставлену мету) і, по-друге, «необхідність пристосуватися до ситуації» [Іссерс 2008, с. 58-59]. Основні мовленнєві стратегії, таким чином, включають різні способи впливу на адресата. Допоміжні ж пов'язані із самовираженням і самооцінкою того, хто говорить, з прагненням отримати соціальне схвалення з боку адресата, уникнути негативних емоцій, керувати ситуацією тощо [Іссерс 2008, с. 58-59].

Виходячи зі ставлення учасників комунікації до таких принципів, як кооперація, мовленнєві стратегії поділяють на *кооперативні* та *некооперативні*. До кооперативних відносяться різні типи діалогів, які мають на увазі вільну волю учасників. Такі діалоги характеризуються поважним ставленням співрозмовників одне до одного, відкритістю, дотриманням правил мовленнєвої поведінки. До некооперативних відносяться діалоги, які ґрунтуються на порушенні правил мовного спілкування. Це різного роду сварки, конфлікти, прояви мовної агресії, погрози, шантаж тощо [Іссерс 2008, с. 62].

У лінгвістичній літературі поки що немає чіткого визначення поняття «*комунікативна стратегія*». Вона розуміється як певна послідовність мовленнєвих дій, які організовані залежно від мети взаємодії [Бацевич 2009, с. 77]; оптимальна реалізація намірів мовця щодо досягнення конкретної цілі спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [Белова 2004, с. 133].

Щодо визначення «комунікативної тактики», зазначимо такі найпоширеніші її трактування: певна мовленнєва дія, спрямована на вирішення завдання в рамках однієї стратегічної цілі [Бацевич 2009, с. 78]; визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети [Белова 2004, с. 136]. Таким чином поведінка комунікаторів у процесі спілкування переслідує певні цілі. Для досягнення цих цілей комуніканти можуть користуватися певними прийомами, що називаються комунікативними стратегіями, комунікативними тактиками та комунікативними навичками.

У своєму дослідженні Т. Пастернак підкреслює, що стратегія, яку обирають учасники спілкування в тій чи тій комунікативній ситуації, передбачає застосування відповідної комунікативної тактики, тобто визначеної лінії поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на отримання очікуваного результату чи запобігання небажаного. Авторка вважає, що комунікативна тактика – це спосіб втілення стратегії спілкування, який передбачає виконання однієї чи кількох дій, які сприяють реалізації стратегії [Пастернак 2011, с. 364].

Наприклад, мовленнєва стратегія дискредитації реалізується за допомогою тактик звинувачення, образи та знуцання (О. С. Іссерс); стратегія самопрезентації – за допомогою статусно-рольової тактики, тактики побудови іміджу та тактики підстроювання (В. А. Мальцева); тактика інтерпретації дійсності – за допомогою тактик інтенсифікації та зменшення [Боруленков 2014, с. 149].

В даний час проблема мовленнєвого впливу досить добре опрацьована у лінгвістиці. Найбільшою вивченістю характеризуються стратегії та тактики дискурсів, безпосередньо пов'язаних із наданням мовного впливу на адресата: політичного, рекламного, судового, ділового. Добре вивчені також стратегії аргументації та маніпулятивного впливу. Окрім лінгвістики, до

проблеми вивчення мовних стратегій зверталися такі науки та міждисциплінарні напрямки, як соціологія, риторика, політологія, психолінгвістика, логіка, теорія мовного впливу, теорія аргументації, прагматика, теорія комунікації тощо.

Однак, варто наголосити на відсутності єдиного підходу до тлумачення мовленнєвих стратегій і тактик. Так, наприклад, різні дослідники відносять переконання до самостійних стратегій (В. А. Мальцева, Г. А. Адаменко, Г. О. Азилбекова, Г. А. Туманова та ін) або виділяють його як одну з тактик стратегії впливу (полемічної чи аргументує у різних джерелах) (О. С. Іссерс, Т. Б. Троїцька, Л. С. Климінська та інших.). У цій роботі ми дотримуємося погляду О. С. Іссерс і розглядаємо переконання як одну з мовленнєвих тактик, що реалізують мовленнєву стратегію вмовляння.

1.1.1 Мовленнєва тактика переконання як одна із складових стратегії переконання. Мовленнєва тактика переконання спрямована на те, щоб впливати на співрозмовника для того, щоб він прийняв точку зору мовця. Це один із основних мотивів спілкування для людини, тому вивчення способів та засобів умовляння викликає великий науковий інтерес.

Слід зазначити відсутність єдиного підходу до розуміння суті переконання у роботах дослідників. Так, у зарубіжній лінгвістиці заведено говорити про персуазивні стратегії, прийоми та засоби, що походять з розуміння *персуазивності* – здатність до переконання, як однієї з основних функцій мови. Деякі вчені розмежовують у рамках персуазивних стратегій аргументацію та маніпулювання [Голоднів 2011, с. 115]. Інші додатково виокремлюють стратегію переконання. Немає також єдиного розуміння того, чи є переконання стратегією чи тактикою. На нашу думку, розрізненість думок з цього питання пов'язана з відсутністю чіткої термінології, тому, незважаючи на те, що уявлення різних учених про переконання в цілому подібні, ними використовуються різні терміни для позначення одних і тих же категорій [Адаменко 2013, с. 10].

У цій роботі ми розглядатимемо переконання як одну із тактик, що дозволяє реалізувати стратегію вмовляння. О. С. Іссерс вважає обґрунтованим розмежування тактик переконання, умовлянь та прохання. На її думку, звернення до словника не дозволяє виявити різницю між названими термінами, хоча вона відчувається інтуїтивно. Так, слово «просити» в «Словнику української мови» визначається як «звертатися з проханням до кого-небудь, домагатися чогось», дієслово «умовляти» має значення «переконувати кого-небудь, схилиючи до чогось», а «переконувати» - «умовляти зробити що-небудь; схилити до якогось рішення» [Іссерс 2008, с. 142]. Як ми можемо побачити, різниця між поняттями у словникових термінах не відображена.

О. С. Іссерс вважає, що в основі виділення зазначених тактик лежать дві ознаки: 1) кількісна – тобто тривалість мовної дії та 2) якісна – тобто засоби впливу на співрозмовника [Іссерс 2008, с. 144]. Тактика прохання має на увазі один комунікативний хід. Умовляння і переконання мають на увазі тривалу комунікацію, в основі якої лежить передумова, що співрозмовник не погодиться з тим, хто говорить з першого разу. Різниця між тактиками умовляння та переконання полягає у способі апеляції до співрозмовника: так, у ході умовлянь промовець звертається до емоцій і почуттів адресата, тоді як переконання засноване на раціоналізації. Переконання може бути емоційним, проте цей чинник, на думку О. С. Іссерс є для зазначеної тактики другорядним [Іссерс 2013, с. 32].

Слід також розмежовувати поняття переконання та маніпуляції. Ми, дотримуючись думки В. Є. Чернявської, вважаємо, що *маніпуляція* – це «вид психологічного впливу для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, відносин чи установок, які збігаються з тими, які є в адресата на даний момент» [цит. за: Тіньова 2016, с. 120].

Під *переконанням*, у свою чергу, розуміється «здатність суб'єкта впливати на об'єкт, досягти консенсусу між об'єктом та суб'єктом за

допомогою раціональних аргументів» [цит. за: Тіньова 2016, с. 121]. Переконання здійснюється відкрито та залишає адресату свободу вибору.

В основі тактики переконання лежить раціональний добір, логічне впорядкування фактів та висновків та логічний доказ, який покликаний забезпечити свідоме прийняття адресатом точки зору мовця [Шелестюк 2014, с. 43]. Переконання будується на доказах, обґрунтуванні та аргументації, хоча може бути досить емоційним.

Форми реалізації тактики переконання у мовленні відрізняються великою варіативністю залежно від ситуації, характеру співрозмовників, важливості мети мовця і так далі. Зазначені комунікативні чинники визначають вибір модальності переконання, тобто оціночних компонентів, які присутні у здійсненні мовленнєвого впливу на співрозмовника.

1.2 Категорія модальності у мові

1.2.1 Визначення поняття модальності та її типологія. Поняття модальності, що застосовувалось щодо логіки судження ще Аристотелем і було досліджено надалі в працях І. Канта, пізніше почало використовуватися в лінгвістиці та математичній логіці.

У мовознавстві модальність належить до найістотніших, обов'язкових характеристик пропозиції і сприймається як категорія, що виражає зв'язок висловлювання з реальністю.

У зарубіжній лінгвістиці теоретичною основою вивчення модальності як семантичної категорії є концепція Ш. Баллі [Баллі 1955, с. 44], згідно з якою процес трансляції суб'єктивної думки поєднує в собі судження про факт, його емотивну оцінку та вияв волі мовця відносно цього факту, що акумулюється в системі модальних значень. На його думку, у будь-якому висловлюванні є два компоненти: диктум – основний зміст – і модус –

модальний компонент, тобто вольове, інтелектуальне чи емоційне судження про диктум [Афанасьєва 2010, с. 185]. Наслідуючи міркування французького лінгвіста, В. З. Панфілов стверджує: «Модальність - це обов'язкова, неминуча якість мови. Той, хто говорить, не може оформити і адресувати висловлювання без його модальної кваліфікації» [Панфілов 1977, с. 40].

На різних етапах розвитку лінгвістики поняття модальності то звужувалося до поняття способу, то розширювалося, зливаючись фактично з категоріями оцінки та експресивності, і ставало якимось метамовним явищем, втрачаючи будь-які логічні обриси. Значний внесок у вивчення категорії модальності зробили такі вчені, як В. Г. Адмоні, Ш. Баллі, О. І. Беляєва, В. В. Виноградов, О. В. Гулига, Г. О. Золотова, Г. П. Немець, В. З. Панфілов, Н. Ю. Шведова та інші, однак наявність великої кількості робіт ще не означає, що про категорію модальності в лінгвістиці вже висловлено все. Очевидно, цього не може бути, бо «процес пізнання безмежний, а досліджуваний предмет може виявляти нові, ще зовсім не вивчені якості та їх нюанси» [Хричиков 1992, с. 11]. Так само не можна погодитися з думкою В. З. Панфілова, який слушно зауважує: «Напевно, немає іншої категорії, про мовну природу й склад часткових значень якої висловлювалася така кількість різноманітних і суперечливих думок, як про категорію модальності» [Панфілов 1977, с. 37].

У вітчизняному мовознавстві концепцію модальності було вперше сформульовано В. В. Виноградовим. На думку академіка, модальність є семантичною категорією, яка відображає відношення змісту пропозиції до дійсності, що встановлюється з погляду того, хто говорить [Виноградов 1975, с. 56].

У «Словнику української мови» *модальність* (від латів. *Modus* - міра, спосіб) розглядається як «Грамматична категорія, яка означає відношення змісту мовлення до дійсності і виражається за допомогою форм способу дієслова, інтонації, вставних слів і та ін. » [СУМ].

О. С. Ахманова визначає модальність як понятійну категорію зі значенням ставлення мовця до висловлювання і ставлення вираженого до дійсності [Ахманова 1969, с. 237].

О. О. Селіванова визначає категорію модальності як «репрезентацію різних емотивно-оцінних сигналів, змодельованих авторською свідомістю; реальністю/ірреальністю імітованої референції, яка відіграє суттєву роль в актуалізації змістовно-континуальної організації тексту» [Селіванова 2000, с. 39].

Різними дослідниками модальність визначається як граматична, синтаксична чи семантична категорія. Наприклад, Т. П. Ломтева, Р. А. Будагов розглядають модальність як граматичну категорію; Л. С. Єрмолаєва вважає модальність синтаксичною категорією, зазначаючи, що за межами синтаксичної модальності залишаються лексичні засоби [Алсинбаєва 2013, с. 183].

Як семантичну категорію модальність розглядають В. В. Виноградов, Г. В. Колшанський, І. Б. Хлебнікова, оскільки модальний зміст може бути виражений різними мовними засобами. До них відносяться граматичні (морфологічні), лексичні (модальні слова), лексико-граматичні (модальні дієслова) та інтонаційні засоби [Алсинбаєва 2013, с. 183].

Широта у розумінні концепції модальності призводить до необхідності впорядкувати та диференціювати систему значень, що входять до її складу. Більшістю лінгвістів у цей час приймається класифікація, що виділяє два аспекти модальних відносин:

1. Ставлення, яке встановлює мовець між змістом висловлювання і дійсністю з погляду реальності/ірреальності – об'єктивна модальність;
2. Ставлення мовця до змісту вислову – суб'єктивна модальність [Циренова 2011, с. 94].

Об'єктивна модальність є обов'язковою ознакою будь-якого висловлювання і однією з категорій, яка формує предикативну одиницю – речення. Вона виражається в мові за допомогою особливої категорії дієслова

– дійсного, наказового, умовного способів. Форми дійсного способу відносять висловлювання до категорії реальних, тоді як умовний (бажаний, спонукальний) нахил відносить висловлювання до бажаного або необхідного [Ткачук 2003, с. 17].

Для вираження суб'єктивної модальності різні мови мають низку лексико-граматичних засобів – передусім, набором модальних дієслів, але й іншими словами. На думку М. Я. Блоха, «будь-яке слово, що виражає оцінку з навколишньою реальністю, повинно визначатися як модальне» [Блох 2012, с. 98].

Г. В. Колшанський вважає, що особливим засобом передачі суб'єктивної модальності також є інтонація мовця, а І. Р. Гальперин також говорить про важливість синтаксичних та композиційних засобів (порядок слів, лексичні повтори, вставні речення та вступні слова) при вираженні суб'єктивно-модального значення [Циренова 2011, с. 94]. Суб'єктивна модальність є факультативною ознакою речення.

Ставлення того, хто говорить чи пише, до дійсності постає як основна ознака модальності, властивої будь-якому висловлюванню. Оскільки воно може бути виражене різними засобами: формально-граматичними, лексичними, фразеологічними, синтаксичними, інтонаційними, композиційними, стилістичними, модальність виявляється категорією, властивою мові у дії, тобто мовленню, і тому є самою суттю комунікативного процесу. Проте сучасні англійські лінгвісти взагалі не дають визначення цієї категорії, розглядаючи її як дане, і обмежуються вказівкою на її різновиди: умовна, дійсна, оптативна, алетична, деонтична, епістемічна [Тураєва 1999, с. 20].

Д. В. Малявін розглядає суб'єктивну модальність як оцінку мовцем висловленого [Малявін 1986, с. 14].

Суб'єктивна модальність охоплює низку оцінок, виходячи з яких вченими виділяються такі типи суб'єктивної модальності:

1. Алетична модальність (гр. *aletheia* - «істина») визначає зміст висловлювання як можливе / неможливе. Деякі лінгвісти вважають, що виявити прояви алетичної модальності у природній мові досить важко;

2. Деонтична модальність (гр. *deon* - «борг») характеризує зміст висловлювання з погляду необхідності / дозволеності / забороненості існуючими законами та моральними нормами. До мовних маркерів деонтичної модальності відносяться, перш за все, модальні дієслова зі значенням «бути зобов'язаним», «наслідувати», «бути належним» і подібні. [Циренова 2011, с. 94];

3. Епістемічна модальність (гр. *episteme* - «знання») розмежовує ймовірне / неймовірне з точки зору наявних знань мовця. В англійській мові епістемічна модальність виражається, наприклад, за допомогою модальних дієслів *might – may – should – must – cannot* для вираження припущення з більшим чи меншим ступенем впевненості. Наприклад: *He might be there* та *He must be there by now* [Von Fintel 2006].

4. Оптативна модальність означає бажані/небажані дії. До мовних маркерів оптативної модальності відносяться слова зі значенням «бажано»: *не заважало б, хотілося б, непогано було б* і подібні.

Таким чином, модальність – це комплексна багатоаспектна функціонально-семантична категорія, що відображає ставлення мовця до змісту висловлювання і його оцінку ставлення до об'єктивної дійсності. Зміст висловлювання може розглядатися як реальний / нереальний, можливий / неможливий, ймовірний / неймовірний, необхідний, бажаний і так далі.

1.2.2 Засоби вираження модальності в англійській мові. Як було зазначено вище, лінгвісти мають різні погляди на способи вираження модальності у мові. Ми в цій роботі дотримуємося найбільш широкого підходу, який полягає в тому, що модальність може виражатися комплексом мовних засобів різних рівнів: граматичними, лексичними, синтаксичними та композиційними, а також інтонаційними засобами. Конкретні методи вираження модальності залежать від структури мови. У цьому розділі ми

докладно розглянемо способи вираження модальності, що існують в англійській мові.

Граматичні засоби вираження модальності

Одним із спеціальних засобів вираження модальності – зокрема, основним в об'єктивній модальності – є граматична категорія способу. Вона визначається як «значна опозиція повторюваних дієслівних форм, що виражають модальні значення граматичним способом» [Хомутова 2008, с. 20].

Основними засобами вираження реальної об'єктивної модальності є часові форми дієслів дійсного способу.

Ірреальні об'єктивно модальні значення виражаються формами умовного способу дієслів. Умовний спосіб в англійській мові зазвичай розглядається в комплексі, хоча він і має три різновиди, що відрізняються своїми типовими конструкціями:

- **Subjunctive Mood** (Умовний спосіб) позначає уявну дію, яка неможлива (взагалі або в даній ситуації). Ця форма утворюється тими ж дієслівними формами, які використовуються в Past Indefinite (та Past Perfect Indefinite). Наприклад, *If I were you, I would call her* (На твоєму місці я подзвонив би їй); *I wish I were present* (Хотів би я бути там).

- **Conditional Mood** (Умовний спосіб) використовується для позначення дій, які не відбуваються або не відбулися, тому що для цього не було або немає відповідних умов, або ці умови в даній ситуації неможливі, тобто нереальні. Утворюється за допомогою допоміжних дієслів *would/should/....* та інфінітива смислового дієслова. Наприклад, *What would you answer if you were asked?* (Що б ти відповів, якби тебе запитали б?).

- **Suppositional Mood** (Ймовірний спосіб) використовується для вираження дії, яка, можливо, відбудеться в майбутньому, проте впевненості в реальності цієї дії немає. Утворюється за допомогою допоміжного дієслова *should* для всіх осіб та інфінітиву. Наприклад, *Should you meet him, tell him to come*. Функціонування в простому реченні найчастіше пов'язане з бажанням

мовця зняти категоричність висловлювання і з формулами ввічливості, хоча і в цих випадках можливий вираз нереалізованої дії, умова виконання якої впливає із загального контексту: *I should say so* (Я б сказав так); *Would you be so kind as to tell me...?* (Не будете так ласкаві сказати мені); *You can't start now: you would get lost in the dark* (Ви не можете вирушити зараз: ви заблукаєте) [Palmer 2010, p. 134].

Лексичні засоби вираження модальності

Одним із засобів вираження суб'єктивної модальності в англійській є модальні слова (лексичні засоби вираження модальності) та дієслова (лексико-граматичні засоби вираження модальності).

На лексичному рівні модальність виражається за допомогою модальних слів *certainly, of course, no doubt, surely, apparently, indeed, evidently, naturally, obviously, really, actually, happily/unhappily, luckily/unluckily, fortunately/unfortunately* та інших.

Модальні слова передають суб'єктивне ставлення мовця до висловлювання, виражають оцінку мовця, ставлення між твердженням у реченні і реальністю. Ця оцінка може бути представлена різним ступенем впевненості, сумніву, бажаності дії, вираженої у реченні [Кобрина 1985, с. 161].

Модальні слова виражають ставлення мовця до реальності і можливості дії, про яку йдеться. Тобто суть модального ставлення полягає в тому, як думає, розуміє, кваліфікує своє повідомлення той, хто його говорить, як він ставиться до дійсності, щоб забезпечити дієвість, актуальність основного засобу спілкування. Згідно з Петровим Н. Є, модальні слова можна поділити на:

- 1) слова, що виражають впевненість - *certainly, no doubt, surely, apparently, undoubtedly* та інші.
- 2) слова-«інтенсифікатори» - *evidently, obviously, really, actually* та інші.
- 3) слова, що виражають невпевненість – *perhaps, maybe, probably* та інші.

4) слова, що виражають схвалення і несхвалення - *happily / unhappily, luckily / unluckily, fortunately / unfortunately* [Петрів 1982, с. 27].

Окрім прислівників, модальні значення в англійській мові також можуть виражатися за допомогою інших частин мови:

- іменників: *There is a slight possibility that Sandy is at home* («Є невелика ймовірність, що Сенді зараз вдома»);

- Прикметників: *It is far from necessary that Sandy is at home* («Сенді зовсім не обов'язково зараз сидить удома»).

Однак спеціальним засобом вираження модальних значень у мові є клас модальних дієслів.

Лексико-граматичні засоби вираження модальності

На лексико-граматичному рівні модальність виражається за допомогою модальних дієслів, таких як: *can, may, must, should, shall, will, would, need, ought to, dare, to be to, to have (to have got to)*. Модальні дієслова відображають ставлення того, хто говорить до дії, вираженої інфінітивом, у поєднанні з якою вони формують складові модальні присудки. Отже, вони можуть виражати дію, стан або процес, які розглядаються мовцем як можливі, обов'язкові, сумнівні, точні, дозволені, бажані і подібні до них. [Кобрина 1985, с. 160].

В англійській мові модальні дієслова здатні передавати відтінки деонтичної (дозволене/заборонене) та епістемічної (ймовірне/неймовірне) модальності.

Деонтичні значення модальних дієслів:

Модальне дієслово *can* має дві форми: *can* – для теперішнього часу та *could* – для позначення минулого часу. Обидві форми можуть використовуватися для вираження теоретичної можливості, пов'язаної з допуском повної свободи для дії; з деяким значенням можливості, дозволу. Наприклад, *A nutritionist says changes in diet can cause cancers to regress* (Дієтолог каже, що дотримання дієти може змусити рак відступити) [Кобрина 1985, с. 161].

Модальне дієслово *may* має дві форми: *may* і *might* і означає можливість факту, дії, пов'язану з ідеєю відсутності перешкод; при цьому присутні такі відтінки значень, як невпевненість, дозвіл та інші. Наприклад, *The plan may be implemented in half a year* («План може бути реалізований протягом півроку») [Кобрина 1985, с. 164].

Модальне дієслово *must* має лише одну форму і використовується для вираження необхідності, наказу, поради. Наприклад, *Germany must work harder to produce marketable electric vehicles* («Для виробництва затребуваних на ринку електромобілів промисловість Німеччини має працювати ефективніше») [Кобрина 1985, с. 165].

Модальне дієслово *to have (to have got to)* висловлює зобов'язання необхідності, що виникає з обставин. Наприклад, *Skiing is a sport where you have to be fully equipped* («Катання на лижах - такий вид спорту, де потрібно бути повністю екіпірованим»).

Модальне дієслово *to be to* висловлює обов'язок чи необхідність, пов'язану із попередньою домовленістю, планом. Наприклад, *Along the way, he is to speak to the Brazilian people* («По дорозі йому потрібно буде розмовляти з бразильцями»).

Модальне дієслово *need* вживається для визначення необхідності виконання дії: *Fortunately, I need not worry how badly I look in a movie* («На щастя, мені не потрібно турбуватися, наскільки погано я виглядаю у фільмі»).

Модальне дієслово *ought to* вживається для вираження морального обов'язку, поради, достовірності, необхідності. Наприклад, *...why customers ought to prioritise energy efficiency* («навіщо покупцям слід приділяти першорядну увагу параметрам енергозбереження»).

Модальне дієслово *should* може висловлювати моральне зобов'язання, пораду, можливість, бажання: *You should be careful of mosquito repellants* («Тобі слід акуратно поводитися з антирепелентами»).

Епістемічні значення модальних дієслів:

Епістемічні значення, тобто значення ймовірності / неймовірності дії або факту, що міститься в повідомленні, виражаються модальними дієсловами *might, may, must, cannot*. Вони висловлюють більший чи менший ступінь впевненості мовця у викладених фактах. Наприклад: *He might be sleeping now* («Можливо, він зараз спить») і *He must be sleeping now* («Він точно зараз спить»). Зазначені модальні дієслова також можуть поєднуватись з перфектним інфінітивом для позначення впевненості / невпевненості у минулих подіях [Бондарко 1990, с. 65].

Синтаксичні засоби вираження модальності

Модальність в англійській мові також може виражатися синтаксичними засобами. Насамперед, це різні вступні слова та конструкції (словосполучення та речення), які виражають оцінку мовця по відношенню до змісту повідомлення.

Наприклад, *to my mind, in my opinion, I believe, I assume, I suppose, to tell the truth, frankly speaking, it is common knowledge* і так далі.

Очевидно, що названі засоби вираження модальності є скоріше семантико-синтаксичними.

До синтактико-інтонаційних засобів вираження модальності в англійській мові відносять різні типи питань, сказані з певною інтонацією. Так, наприклад, низхідна інтонація в розділових питаннях (*tag questions*) означає велику міру впевненості мовця у викладених ідеях - настільки велику, що він, по суті, не чекає відповіді на своє питання [Auwera 1998, p. 95].

Інтонаційні засоби вираження модальності

Вищеперелічені засоби вираження модальності відносяться до експліцитних засобів. Крім цього, різні відтінки модальності можуть передаватися у промови імпліцитно, тобто невербально.

Імпліцитним засобом вираження модальності у мові є інтонація. Емоційно-експресивна оцінка, весь спектр «відносин суб'єктивно-

об'єктивного характеру» та емоційно-вольових проявів беруться за основу при вивченні модальності у просодії; те, що у багатьох зарубіжних авторів позначається терміном «ставлення» (*attitude*) і що становить основу і суть «модальної», “attitudinal” або «емоційно-експресивної» функції інтонації [Шинкарук 2002, с. 13].

Очевидно, що інтонація тісно пов'язана з емоційною мовою, в якій своєрідним інтонаційним оформленням передаються різні емоційні відтінки. Однак, окрім емоційно насиченого мовлення, вона властива і емоційно нейтральній мові, в якій ступінь емоційності незначна. Інтонація емоційно нейтрального мовлення і дозволяє встановити певні критерії інтонаційного ладу мови взагалі, визначити функції мовної інтонації.

Оскільки інтонація є основним засобом вираження емоцій у мові, її змістовний репертуар здатний відбивати десятки модальних значень. Так, наприклад, у студійних дослідженнях Л. С. Станіславського, пізніше повторених Р. Якобсоном, словосполучення «сьогодні ввечері» вдавалося вимовляти з такою інтонаційною різноманітністю, що слухачі розрізняли у виконаних випадках 40-50 емоційних ситуацій. З цього приводу В. В. Виноградов зазначає, що інтонація є безпосереднім і єдиним способом вираження думок [Виноградов 1975, с. 277].

Отже, вираження емоцій та емоційних оцінок у мові реалізується взаємодією засобів лексичного, граматичного, синтаксичного та фонетичного рівнів мови.

1.2.3 Модальність як компонент тактики переконання. Термін «модальність» використовується в різних сферах знань: у філософії, логіці, мовознавстві, літературознавстві.

Оскільки текст є головним об'єктом вивчення літературознавців, то категорія модальності в цій галузі знань розглядається саме як категорія, що характеризує текст у цілому. Словник літературознавчих термінів дає

визначення модальності східне з її визначенням у мовознавстві: «категорія висловлювання, що виражає відношення мовця до зображуваної ним дійсності» [ФС 1981, с. 18].

Науковець Женет Ж. у своїй книзі «Роботи з поезики» випростовує термін «модальність» у вузькому значенні, у цьому випадку мається на увазі наративну модальність. Виділяють такі види модальності: оповідальну, драматичну, змішану. [Женет 1998, с. 98]. Залежно від того, з чієї точки зору розглядаються події, оповідь набуває тієї чи іншої перспективи. Дистанція і перспектива у свою чергу являють собою дві основні ознаки модальності, два основні засоби регулювання інформації. Дистанція визначає те, наскільки детально передається інформація, перспектива – наскільки вичерпно або неточно вона передається.

Н. С. Валгіна в книзі «Теорія тексту» називає модальність «найважливішим елементом текстобудови та текстосприйняття», який склеює всі одиниці тексту в єдине змістове та структурне ціле [Валгіна 2003, с. 103].

Модальність є невід'ємним компонентом мовленнєвої тактики переконання. Висловлюючи свою позицію, в якій він прагне переконати співрозмовника, мовець може претендувати на те, що він висловлює «істину» або «одну з точок зору» [Морозва, Бородавкіна 2015, с. 130]. Він також може виявляти більшу або меншу гнучкість при викладі своєї позиції, тобто мати різний ступінь впевненості у своїй позиції.

Таким чином, переконливі повідомлення можуть відрізнитися за ознаками об'єктивності / суб'єктивності та за ступенем впевненості мовця у викладеному. При переконанні співрозмовника мовець може задіяти епістемічну і оптативну модальності, тобто оцінювати викладені ним факти як ймовірні/неймовірні та бажані/небажані.

Вибір модальності відбивається на ефективності досягнення поставленої мовцем мети - вплинути на співрозмовника і переконати його прийняти викладену точку зору.

Сучасною лінгвістикою досить добре вивчена модальність політичного дискурсу, що пов'язано з розумінням практичної значимості ефективної організації мови будь-якої публічної фігури. Були також спроби дослідити модальність наукової та судової аргументації. Однак, вивченість модальності переконання у повсякденній мові людей залишається недостатньою, як і дослідження модальних особливостей переконання у художньому дискурсі.

РОЗДІЛ 2

МОДАЛЬНІ КОМПОНЕНТИ МОВЛЕННЄВОЇ ТАКТИКИ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

Аналіз переконливих висловлювань у художніх творах, що розглядаються, показав, що вони значно відрізняються відтінками модальності. Характер співрозмовників та їх відносини, важливість мети спілкування, ступінь упевненості мовця у своїй позиції визначають модальну складову висловлювання та вибір засобів її висловлювання.

Аналіз допоміг встановити, що в більшості випадків для тактики переконання характерна суб'єктивна епістемічна модальність, яка показує високий ступінь впевненості мовця у викладених фактах і думках, а також деонтична модальність зі значенням необхідності або заборони. На рівні об'єктивної модальності для переконливих текстів характерне уявлення особистих думок як реальної дійсності, що дозволяє мовцю створити враження, ніби він висловлює універсальну істину.

2.1 Об'єктивна модальність висловлювань переконання

Як було зазначено раніше, об'єктивна модальність є невід'ємною частиною будь-якого висловлювання і співвідносить його зміст з дійсністю у такий спосіб, як це бачить мовець.

Аналіз мовленнєвої тактики переконання у аналізованих художніх творах показав, що більшість переконливих висловлювань оформляються у вигляді реальних фактів, тобто у них переважає дійсний спосіб.

Зокрема, таку форму мають усі речення, що повідомляють аргументи в підтримку позиції мовця, або для спростування позиції співрозмовника. Наприклад:

(1) JACK BURDEN: *The fact remains that you are the way you are. And the Boss knows it. He knows what you want. He knows your weakness, pal. You want to do good, and he is going to let you do good in wholesale lots.* [Warren 2012, p. 341].

(2) TOM BUCHANAN: *Civilization's going to pieces. I've gotten to be a terrible pessimist about things. Have you read "The Rise of the Coloured Empire" by this man Goddard? Well, it's a fine book, and everybody ought to read it.* [Fitzgerald 2017, p. 27].

Для переконливих текстів також є характерним часте використання наказового способу, яке відносить зміст висловлювання в план необхідного. Наприклад:

(3) DORIAN GRAY: *Come, don't work yourself into this fever. The thing has to be done. Face it, and do it.* [Wilde 2016, p. 82].

Слід зазначити, що частота вживання спонукальних речень і конструкцій пропорційна категоричності мовця. Так, найчастіші спонукальні речення зустрічаються в некооперативних діалогах, що передбачають нав'язування своєї позиції та примус співрозмовника. У нашій вибірці яскравими прикладами є діалоги Доріана Грея та Алана Кемпбелла («Портрет Доріана Грея»), а також діалог місіс Чівлі та сера Чілтерна («Ідеальний чоловік»).

Для переконливого мовлення також характерні умовні речення I типу, які відносять зміст висловлювання до плану реальних подій.

(4) TOM BUCHANAN : *The idea is if we don't look out the white race will be—will be utterly submerged.* [Fitzgerald 2017, p. 31].

(5) LORD HENRY: *If you stay any longer in this glare you will be quite spoiled, and Basil will never paint you again.* [Wilde 2016, p. 19].

(6) DORIAN GRAY: *If it is discovered, I am lost.* [Wilde 2016, p. 19].

(7) BESSIE: *But if you become passionate and rude, Missis will send you away, I am sure.* [Bronte 2015, p. 44].

Вони дозволяють об'єктивізувати, піднести міркування мовця як логічний ланцюг, витікаючих один з одного фактів, закономірну послідовність причин і наслідків і, таким чином, апелюють до розуму адресата.

Умовний спосіб апелює до уяви співрозмовника, створюючи таким чином додаткові аргументи на підтримку своєї позиції або для спростування чужої.

(8) DORIAN GRAY: *If in some hideous dissecting-room or fetid laboratory you found this man lying on a leaden table with red gutters scooped out in it, you would simply look upon him as an admirable subject. You would not turn a hair. You would not believe that you were doing anything wrong.* [Wilde 2016, p. 23].

Таким чином, об'єктивна модальність є обов'язковим компонентом переконливих текстів. Найбільш характерним для мовленнєвої тактики переконання є передача інформації як реальних фактів дійсності. Хоча об'єктивність як категорія не застосовується до думки окремих осіб, вона є важливим критерієм підвищення ефективності тактики переконання. Людина, який бажає впливати на адресата з метою переконати його прийняти свою точку зору, прагне виглядати об'єктивно, і одним із способів досягти цього є об'єктивізація інформації за допомогою дійсного способу.

2.2 Суб'єктивна модальність висловлювань переконання

2.2.1 Деонтична модальність. Найбільш характерною рисою переконливих висловлювань є наявність у них деонтичного модального компонента, котрий виражає категоричну необхідність чи заборону будь-якої дії. Це зумовлено самою метою переконання: наданням впливу на

співрозмовника для того, щоб він свідомо прийняв точку зору мовця або виконав якісь дії.

Основним засобом вираження деонтичної модальності в англійській мові є модальні дієслова. Аналіз переконливих висловлювань у розглянутих текстах показав, що найхарактернішими для мовленнєвої тактики переконання є ті модальні дієслова, які висловлюють повинність (зобов'язання, необхідність щось зробити чи категоричну заборону): *must* (32%), *to have to (to have got to)* (17%), *ought to* (10%), а також негативна форма дієслова *can* (21%). Відмітно, що в англійській мові дієслова повинності мають різні відтінки значення: так, дієслово *must* означає категоричну необхідність будь-якої дії, обумовлену особистою думкою мовця або законом; *have to* має безособовий характер і означає необхідність, викликану обставинами; дієслово *ought to* частіше використовується для вираження морального обов'язку.

Давайте порівняємо:

(9) LORD HENRY: But *you must think* of that lonely death in the tawdry dressing-room simply as a strange lurid fragment from some Jacobean tragedy, as a wonderful scene from Webster, or Ford, or Cyril Tourneur. [Wilde 2016, p. 108].

(10) MRS. CHEVELEY: And *now you have got to* pay for it. Sooner or later we have all to pay for what we do. [Wilde 2010, p. 98].

(11) BESSIE: *You ought to be aware*, Miss, that you are under obligations to Mrs. Reed: she keeps you: if she were to turn you off, you would have to go to the poorhouse. [Bronte 2015, p. 53].

У першому випадку виражається категорична, проте суб'єктивна думка мовця. Місіс Чівлі посилається на об'єктивні закони існування.

Вживання *ought to* слід розглянути окремо. У розглянутих текстах ми виявили 7 випадків використання цього модального дієслова в переконливих висловлюваннях. Вивчення контексту їх вживання показало, що мовець завжди має мету вплинути на основні моральні переконання співрозмовника: його ставлення до сім'ї, Бога, обов'язку.

Наприклад, Том Бьюкенен, викладаючи свою теорію про крах цивілізацій, посилається на авторитетну книгу. При цьому він описує її таким чином:

(12) TOM BUCHANAN: Well, it's a fine book, and *everybody ought to read it*. [Fitzgerald 2017, p. 156].

Завдяки модальному дієслову *ought to* стає очевидна не лише категоричність висловлювання, але й те, що мовець сприймає прочитання книги моральним обов'язком будь-якого громадянина. Ще кілька прикладів:

(13) BESSIE: *You ought to be aware*, Miss, that you are under obligations to Mrs. Reed: she keeps you: if she were to turn you off, you would have to go to the poorhouse. [Bronte 2015, p. 55] – моральний обов'язок перед сім'єю.

(14) ST. JOHN: You cannot – *you ought not*. Do you think God will be satisfied with half an oblation? [Bronte 2015, p. 57] – моральний обов'язок перед Богом.

Таким чином, модальне дієслово *ought to*, окрім висловлювання зобов'язання, необхідності прийняти точку зору мовця, надає всьому висловленню модальності правильності / неправильності з точки зору базових моральних норм.

Негативні форми дієслів *mustn't* і *cannot* також мають відмінності у вживанні. Так, дієслово *mustn't* частіше за все використовується для позначення категоричної заборони на будь-яку дію, що обґрунтована особистим переконанням мовця неправильності такої дії. Наприклад:

(15) MRS. CHEVELEY: That you *must not do*. In your own interests, Sir Robert, to say nothing of mine, you *must not do* that. [Wilde 2010, p. 49].

(16) MRS. PEARCE: Nonsense, sir. You *mustn't* talk like that to her. [Shaw 1994, p. 83].

Дієслово *cannot* позначає неможливість вчинення дії, яка обумовлена різними факторами: фізичною неможливістю, суспільною неприпустимістю.

(17) GATSBY: *Can't* repeat the past? Why of course you can! [Fitzgerald 2017, p. 121].

(18) MRS. CHEVELEY: You mean you *cannot* help doing it. [Wilde 2010, p. 97].

(19) JACK BURDEN: No, you *couldn't* be flattered. [Warren 2012, p. 382].

Мовець таким чином показує, що наведені факти, не залежать від його волі і бажання, що надає виказаній думці більшу об'єктивність.

Дієслово *to have to* виражає найбільшу ступінь категоричності, оскільки повинність в цьому випадку зумовлена самими обставинами, а не суб'єктивною думкою мовця. Насиченість переконливої мови модальним дієсловом *to have to* справляє ефект тиску, примус співрозмовника до прийняття позиції мовця. Яскравим прикладом є промова Доріана Грея з однойменного роману Оскара Уайльда, де він намагається переконати Алана Кемпбелла знищити труп художника.

(20) DORIAN GRAY: Alan, in a locked room at the top of this house, a room to which nobody but myself has access, a dead man is seated at a table. ... What you have to do is this... Alan, they *will have to* interest you. This one *will have to* interest you. [Wilde 2016, p. 71].

В цілому Доріан Грей вживає дієслово *to have to* п'ять разів. Він також підкріплює досягнутий ефект іншими модальними дієсловами та конструкціями, що виражають наказ та наполегливу вимогу. Загалом його мовлення є яскравим прикладом некооперативного мовного впливу: його мовлення є переконливим за формою, і тим самим не залишає співрозмовнику шансів протистояти викладеним аргументам, тобто таке мовлення є шантажем.

Модальні дієслова, що виражають менш нагальну необхідність, не є характерними для переконливого мовлення. Це легко пояснити тим фактом, що вони не справляють необхідного сильного враження на співрозмовника і, отже, призводять до комунікативної невдачі. Тим не менш, вони можуть бути досить ефективними у поєднанні з іншими засобами переконливості.

Наприклад, використання «м'якого» модального дієслова *need* при завершенні шантажу не зменшує категоричність решти мови Доріана Грея:

(21) DORIAN GRAY: No, Alan, you *need not* leave the house. [Wilde 2016, p. 65].

Для посилення переконливості можна використовувати також лексичні засоби:

(22) MISS ABBOT: If you don't repent, something bad might be permitted to come down the chimney and fetch you away. [Bronte 2015, p. 55].

Синтаксичне оформлення мовлення у вигляді серії сильних риторичних питань також нівелює ефект «м'якості», що створюється модальним дієсловом *can*:

(23) ST. JOHN: *How can I*, a man not yet thirty, take out with me to India a girl of nineteen, unless she be married to me? *How can we* be forever together—sometimes in solitudes, sometimes amidst savage tribes – and unwed? [Bronte 2015, p. 59].

Таким чином, можна дійти висновку, що «жорсткі» модальні дієслова, що виражають нагальну необхідність або категоричну заборону, виступають засобом переконання самі по собі і тому частіше зустрічаються у переконливих висловлюваннях. «М'які» модальні дієслова вимагають посилення.

У таблиці 2.1 наводяться статистичні дані про частоту вживання різних деонтичних модальних дієслів при реалізації мовленнєвої тактики переконання в досліджуваних текстах.

Таблиця 2.1

Частота вживання деонтичних модальних дієслів у переконливих висловлюваннях (на матеріалі аналізованих текстів)

| Модальне дієслово | Деонтичне значення, Приблизний переклад | Кількість вживань в матеріалі вибірки | % від загальної кількості виявлених модальних дієслів |
|-------------------|---|---------------------------------------|---|
| | | | |

Продовження Таблиці 2.1

| | | | |
|---------------------------------|---|----|------|
| <i>must (must not)</i> | необхідність, наказ, наполеглива порада «повинен», «не можна» | 23 | 32% |
| <i>to have (to have got to)</i> | Зобов'язання необхідності, що виникає з обставин «доводиться», «повинен» | 12 | 17% |
| <i>to be to</i> | Обов'язок чи необхідність, що пов'язана з попередньою домовленістю, планом «повинен» | 1 | 1% |
| <i>need</i> | необхідність «потрібно», «необхідно», «треба» | 1 | 1% |
| <i>ought to</i> | моральний обов'язок, порада, необхідність «слід» | 7 | 10% |
| <i>should</i> | моральне зобов'язання, порада, побажання «варто», «слід» | 4 | 5,5% |
| <i>can (could)</i> | теоретична можливість «може» | 4 | 5,5% |
| <i>cannot / couldn't</i> | неможливість, неприпустимість «не можна» | 15 | 21% |

Продовження Таблиці 2.1

| | | | |
|--------------------|---|---|----|
| <i>may (might)</i> | можливість факту, дії, пов'язана з ідеєю відсутності перешкод «може» | 5 | 7% |
|--------------------|---|---|----|

Деякі переконливі промови побудовані на градації модальних дієслів. Наприклад, у наведеному нижче уривку Анна Стентон послідовно змінює модальність своєї мови – від простої можливості до категоричної потреби та морального обов'язку – що дозволяє їй досягти необхідного ефекту, тобто досягти від співрозмовника виконання певних дій.

(24) ANNA STENTON: “You *can* make him take it.”

“He’s a grown man and he” – I began.

But she cut in again, “You’ve got to make him – you’ve got to!”

“For God’s sake!” I said.

“You’ve got to,” she repeated ...

“You were just now giving me hell because I merely offered him the proposition,” I said, “and now you say I’ve got to make him take it.”

“I want him to take it,” she said, “He’s got to.” [Warren 2012, p. 421].

Як видно з наведеного прикладу, іноді тактика переконання може бути побудована виключно на деонтичних модальних дієсловах, без наведення будь-яких раціональних аргументів.

Крім модальних дієслів, деонтична модальність також може виражатися за допомогою низки смислових дієслів з близьким до модального значенням. Наприклад, до таких дієслів належать дієслова *to want* (див. приклад вживання вище), *to ask*, *to beg*, *to entreat*, *to be forced to*. Як і модальні дієслова, вони висловлюють різну міру повинності. До «сильних» дієслів належать *to want* і *to be forced to*:

(25) DORIAN GRAY: *I am forced to* bring you into the matter. I have no option. [Wilde 2016, p. 103].

(26) DORIAN GRAY: What I want you to do is simply what you have often done before. [Wilde 2016, p. 108].

(27) MRS. CHEVELEY: *I want you* to withdraw the report that you had intended to lay before the House, on the ground that you have reasons to believe that the Commissioners have been prejudiced or misinformed, or something. [Wilde 2010, p. 94].

На нашу думку, проявом деонтичної модальності категоричного типу можна вважати спонукальні речення. Вони, як і модальні дієслова, висловлюють ідею повинності чи заборони, проте у більш прямій формі. Спонукальність є характерною ознакою переконливого тексту, проте способи її вираження можуть змінюватись: це можуть бути власне спонукальні речення:

(28) DORIAN GRAY: *Come, don't work yourself into this fever. The thing has to be done. Face it, and do it.* [Wilde 2016, p.113].

стверджувальні речення з спонукальним значенням; вони можуть містити дієслово в майбутньому або конструкцію *to be going to*:

(29) LUCY STARK: Jack, *tell me* the truth. I've got to know the truth, Jack. *You will tell me* the truth. [Warren 2012, p. 302].

(30) MRS. CHEVELEY: *You are going to make it possible.* [Wilde 2012, p. 79].

(31) DORIAN GRAY: *But you are going to help me. It is impossible for you to refuse now* [Wilde 2016, p. 68].

В останньому прикладі модальність також виражається за допомогою прикметника *impossible*, який посилює ефект наказу.

Найменша ступінь категоричності може виражатися за допомогою питань, які контекстуально є спонукальними:

(32) MRS. CHEVELEY: I want you to withdraw the report ... Then I want you to say a few words ... *Will you do that for me?* [Wilde 2010, p. 117].

Підсумовуючи, слід зазначити, що деонтична модальність, що виражає повинність і категоричну заборону, є однією з характерних рис переконливих

висловлювань. Вона виражається з допомогою низки лексичних засобів – переважно, модальних дієслів. Нетиповість «м'яких» лексем, що позначають слабку міру необхідності, пояснюється їх неефективністю задля досягнення основної мети висловлювання – переконання адресата.

2.2.2 Епістемічна модальність. У ході дослідження ми дійшли висновку, що переконливі тексти характеризуються також наявністю різних відтінків епістемічної модальності: від безперечності до невпевненості у фактах, що викладаються. Очевидно, що високий ступінь впевненості того, хто говорить при викладі своєї позиції, викликає довіру співрозмовника і, відповідно, призводить до ефективності обраної тактики. Невпевненість також застосовується у переконливих текстах, проте частіше – під час спростування позиції співрозмовника чи протилежного погляду, тобто при реалізації тактики переконання чи доказу протилежного.

Епістемічна модальність в аналізованих текстах виражена лексико-граматичними і лексичними засобами.

До лексико-граматичних засобів вираження відносяться модальні дієслова, що відображають різний ступінь впевненості мовця від сумніву до непохитної переконаності: *might, may, should, can't, must*.

У аналізованих текстах нами було виявлено лише 4 випадки вживання модальних дієслів в епістемічному значенні.

Найбільший ступінь впевненості мовця виражає дієслово *must*:

(33) DORIAN GRAY: *Indeed*, to destroy a body *must* be less horrible than what you are accustomed to work at [Wilde 2016, p. 121].

У цьому прикладі варто також звернути увагу на вступне слово *indeed* («звичайно, безсумнівно»), яке посилює ступінь впевненості у висловленому.

Дієслова *might* і *may* висловлюють припущення, здогад і не сприяють підкріпленню аргументів мовця.

(34) MRS. PEARCE: Why not! But you don't know anything about her. What about her parents? She *may be married* [Shaw 1994, p. 53].

Однак дієслово *might / may* може використовуватися для вираження невпевненості мовця в істинності викладених проти нього контраргументів.

Наприклад:

(35) LORD HENRY: People say sometimes that Beauty is only superficial. *That may be so*. But at least it is not so superficial as Thought [Wilde 2016, p. 136].

У даному прикладі переконання будується за схемою «контрагумент» – «висловлення сумніву щодо його істинності» – «власна думка», тобто за принципом доказу від протилежного.

Слід також наголосити на використанні модальних дієслів зі значенням невпевненості, гіпотетичності для позначення прямо протилежного – завуальованої загрози. Це особливо притаманно мовленню дипломатів і політиків, оскільки прямота у такому випадку може негативно зашкодити їх репутації.

(36) WILLIE STARK: *Maybe* somebody *might* give Callahan a little shovelful on somebody else and Callahan *might* grow a conscience all of a sudden and repudiate his endorser. You know, when this conscience business starts, *ain't no telling* where it'll stop, and when you start the digging [Warren 2012, p. 156].

Епістемічна модальність також може виражатися за допомогою інших класів лексики:

- модальних прислівників-інтенсифікаторів:

(37) JACK BURDEN: So *obviously*, you don't want money, or you would charge folks something like the others in the trade or would hang on to what you do take [Warren 2012, p. 158].

(38) ST. JOHN: I repeat it: there is no other way; and *undoubtedly* enough of love would follow upon marriage to render the union right even in your eyes [Bronte 2015, p. 14].

(39) LORD HENRY: I *really* can't see any resemblance between you [Wilde 2016, p. 131].

- іменників:

(40) JACK BURDEN: That's the kind of question I don't debate when I've got the toothache, but *the fact remains* that you are the way you are [Warren 2012, p. 251]

(41) LORD HENRY: Perhaps you will tire sooner than he will. It is a sad thing to think of, but *there is no doubt* that Genius lasts longer than Beauty. [Wilde 2016, p. 94].

- прикметників:

(42) DORIAN GRAY: If it is discovered, I am lost; and *it is sure to be* discovered unless you help me [Wilde 2016, p. 97].

- дієслів:

(43) LIZA: Oh, *I know* what's right [Shaw 1994, p. 42].

(44) MRS. CHEVELEY: My dear Sir Robert, you are a man of the world, and you have your price, *I suppose*. Everybody has nowadays. The drawback is that most people are so dreadfully expensive. *I know* I am. *I hope* you will be more reasonable in your terms [Wilde 2010, p. 122].

(45) WILLIE STARK: But Callahan—now take Callahan—*it sort of seems to me* he's gonna be responsible to you and Alta Power and God knows who else before he's through [Warren 2012, p. 452].

(46) ST. JOHN: *I believe* you will accept the post I offer you [Bronte 2015, p. 62].

- а також вступних слів та конструкцій, що позначають більший або менший ступінь впевненості:

(47) LORD HENRY: Look at the successful men in any of the learned professions. How perfectly hideous they are! Except, *of course*, in the Church [Wilde 2016, p. 61].

(48) BESSIE: You should try to be useful and pleasant, then, *perhaps*, you would have a home here [Bronte 2015, p. 55].

(49) LORD HENRY: *To me*, Beauty is the wonder of wonders [Wilde 2016, p. 85].

(50) JACK BURDEN: Better think it over, *maybe* it's not as bad as it sounds, there may be some angles [Warren 2012, p. 368].

Використання зазначених лексем надає переконливим виразам різні відтінки модальності. Як видно з наведеного списку, найбільш типовим є вживання лексичних одиниць із значенням безперечності.

Дуже часто такі слова супроводжують у висловлюваннях деонтичні модальні дієслова, що означають обов'язок або заборону. Наприклад:

(51) LORD HENRY: You *must certainly* send it next year to the Grosvenor [Wilde 2016, p. 83].

(52) LORD HENRY: You *really must not* let yourself become sunburnt. It would be very unbecoming to you [Wilde 2016, p. 92].

(53) MRS. PEARCE: You must be reasonable, Mr. Higgins: *really you must*. You can't walk over everybody like this [Shaw 1994, p. 61].

Повний список та кількісне співвідношення лексичних одиниць зі значенням впевненості / невпевненості, виявлених у переконливих висловлюваннях аналізованих текстів наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Лексичні одиниці зі значенням впевненості / невпевненості у переконливих висловлюваннях

| | Виявлені лексеми / словосполучення | Кількість вживань у матеріалі вибірки | % від загальної кількості |
|----------------------|---|---------------------------------------|---------------------------|
| Значення впевненості | obviously really certainly of course no doubt I know sure | 29 | 66% |

Продовження Таблиці 2.2

| | | | |
|---|--|----|-----|
| Значення невпевненості / гіпотетичності | maybe perhaps it seems to me I suppose I hope To me I think I believe | 15 | 34% |
|---|--|----|-----|

Розмежування між різними оборотами, що виражають авторську думку (*I hope, I believe, I suppose*) є умовним. Однак нам видається логічним, що вказівка на те, що висловлена думка є не універсально визнаною, а суб'єктивною, авторською, знижує ступінь істинності викладеної позиції, за винятком тих випадків, коли мовцем використовуються «сильні» дієслова: *I know, I believe, I'm sure*.

Таким чином, модальні дієслова, модальні прислівники, конструкції з прикметниками та іменниками, а також вступно-модальні конструкції та слова, що вживаються як показники суб'єктивно-оцінної епістемічної модальності передають різні за характером модальні відтінки значення, що варіюються від найвищого ступеня впевненості – безсумнівності – до найвищого ступеня неупевненості – можливості, гіпотетичності щодо достовірності змісту інформації, що їм передається

2.2.3 Оптативна модальність. Оптативна модальність набагато меншою мірою властива переконливим висловлюванням, ніж деотична і епістемічна модальність. Цей тип модальності передбачає оцінювання висловлюваних мовцем фактів, як бажаних / небажаних. Очевидно, що всі дії, що відповідають позиції мовця, є, на його думку, бажаними. Однак експліцитних проявів цього типу модальності в текстах було виявлено небагато.

На нашу думку, оптативно-модальний компонент міститься в наступних прикладах:

(54) JANE EYRE: You have hitherto been my adopted brother—I, your adopted sister: let us continue as such: you and I *had better not marry* [Bronte 2015, p. 62].

(55) MRS. PEARCE: I think *you'd better* let me speak to the girl properly in private [Shaw 1994, p. 15].

Мовними маркерами цього типу модальності, на наш погляд, є оберти *had better*, *would rather*, а також конструкції з прикметниками *(un)desirable*, *preferable* та подібним до них.

Ми також віднесли б сюди всі висловлювання, де прямо вказується вигода чи невигода будь-якої дії для адресата:

(56) MRS. CHEVELEY: That you must not do. *In your own interests*, Sir Robert, to say nothing of mine, you must not do that [Wilde 2010, p. 26].

Оптативний модальний компонент, як видно з наведених прикладів, має великий потенціал для реалізації тактики переконання. Позначаючи будь-які дії як бажані чи небажані, мовець апелює до розуму адресата, змушує його побачити практичну сторону обговорюваного питання. Найчастіше думка про бажаність / небажаність підкріплюється конкретними фактами.

2.2.4 Загальні характеристики різних типів текстів переконання з погляду модальності. Для нас є важливим порівняти різні типи переконливих текстів з метою виявити специфічні кожному типу модальні характеристики.

У матеріалі вибірки ми виявили такі типи переконливих текстів:

1. За характером відносин співрозмовників: рівностатусні та нерівні переконливі діалоги;

2. Стосовно принципу кооперації: кооперативні, некооперативні.

До рівностатусних переконливих діалогів відносяться комунікативні взаємодії, в ході яких мовець намагається переконати в правоті своєї думки

рівного йому за статусом співрозмовника. Прикладами таких текстів у творах є діалоги між друзями (Анна Стентон / Адам Стентон / Люсі Старк і Джек Берден).

Нерівні діалоги відбуваються між учителем і учнем (Проф. Хіггінс та Еліза Дулітл), дорослим та дитиною (Бессі / міс Еббот та Джейн Ейр), а також у будь-яких ситуаціях, де один з комунікантів ставить себе в емоційну залежність від іншого (Безіл Холлуорд) Доріан Грей, Доріан Грей та лорд Генрі Воттон).

(57) LORD HENRY: *I have no doubt* it was not an accident, Dorian, though it must be put in that way to the public. It seems that as she was leaving the theatre with her mother, about half-past twelve or so, she said she had forgotten something upstairs. They waited some time for her, but she did not come down again. [Wilde 2016, p. 42]

Аналіз матеріалів вибірки показав, що для рівностатусних переконливих діалогів характерний двосторонній обмін думками, велика емоційність, апеляція як до розуму, так і до почуттів, що наближує цей тип діалогу до діалогу-вмовляння. У плані суб'єктивної модальності рівностатусним діалогам властива помірна міра впевненості мовця, яка проявляється у одночасній присутності як лексем зі значенням гіпотетичності (*maybe, might*), і лексем зі значенням безсумнівності (*obviously, I'm sure, I know*). Для цього типу діалогу також характерне підкреслення того, що викладене не є істиною, а особистою позицією того, хто говорить (*I think, I know*).

При реалізації тактики переконання в нерівних діалогах підвищується ступінь упевненості мовця, що проявляється у більшій частоті вживання модальних слів з відповідним значенням: *certainly, really, no doubt, of course*. Відповідно знижується частота використання мовних маркерів типу *I think, I believe*, оскільки мовець, найчастіше, прагне піднести свою особисту точку зору як універсальну істину. У діалогах такого типу часто є деонтично-модальний компонент зі значенням необхідності дії або заборони. У мові цей

компонент проявляється дієсловами, що висловлюють пораду, моральну необхідність (*ought to, should*), неможливість (*cannot*), а також за допомогою модального дієслова *must*, що означає обов'язок, підкріплений особистим авторитетом мовця. У плані об'єктивної модальності нерівний тип переконливого діалогу поєднує реальні і гіпотетичні висловлювання. Типовим для цього діалогу є розмаїття умовних речень II типу, які дозволяють мовцю задіяти увагу співрозмовника для доказу правоти своєї особистої точки зору (наприклад, "You ought to be aware, Miss, that you are under obligations to Mrs. Reed: she keeps you: *if she were to turn you off, you would have to go to the poorhouse*") [Bronte 2015, p. 63].

Вищеназвані типи діалогів відносяться до кооперативних, оскільки їх учасники дотримуються принципу кооперації, поважного ставлення один до одного, не виявляють агресію та надають співрозмовнику право самостійно прийняти рішення.

Особливу категорію представляють некооперативні переконливі діалоги. Їхні адресанти виявляють високий рівень категоричності, практично нав'язують свою волю і позицію співрозмовнику, не приймають заперечень і часто вдаються до негарних прийомів – наприклад, шантажу. Яскравими прикладами некооперативних текстів є діалоги між Доріаном Грєм та Аланом Кемпбеллом («Портрет Доріана Грея»), місіс Чівлі та сером Чілтерном («Ідеальний чоловік»), а також між Віллі Старком та суддею Ірвіном («Все королівське військо»). Як вже було зазначено, ці тексти характеризуються високим ступенем категоричності та впевненості мовця у своїй позиції. Характерними мовними маркерами є деонтичні модальні дієслова *must* і *have to*, велика кількість спонукальних речень (включаючи ствердні речення зі значенням спонукальності), а також епістемічні лексеми *of course, I'm sure, certainly* і подібні. У плані об'єктивної модальності переконливі висловлювання найчастіше оформляються мовцем як реальні факти, що сприяє об'єктивізації викладеної ним думки.

(58) DORIAN GRAY: I am so sorry for you, Alan, but you leave me no alternative. I have a letter written already. Here it is. You see the address. If you don't help me, I *must* send it. If you don't help me, I will send it. You know what the result will be. But you are going to help me. It is impossible for you to refuse now. I tried to spare you. You will do me the justice to admit that. You were stern, harsh, offensive. You treated me as no man has ever dared to treat me no living man, at any rate. I bore it all. Now it is for me to dictate terms. [Wilde 2016, p. 90]

Отже, переконливі тексти поділяються: рівностатусні / нерівностатусні, кооперативні та некооперативні. В нерівностатусних діалогах підвищується ступінь упевненості мовця, він прагне піднести свої слова як абсолютну істину. Некооперативні діалоги є особливою категорією переконливих діалогів, в яких адресанти виявляють високий рівень категоричності, практично нав'язуючи свою позицію співрозмовнику.

ВИСНОВКИ

У процесі комунікації співрозмовники свідомо чи несвідомо переслідують власні цілі, відповідно з якими кожен з них вибудовує свою мову. Ефективність комунікації визначається тим, чи досягаються цілі кожного з комунікантів у результаті спілкування, що у свою чергу залежить від вибору оптимальної комунікативної стратегії та конкретних тактик.

У ході дослідження нами були визначені поняття «*мовленнєва стратегія*» (певна послідовність мовленнєвих дій, які організовані залежно від мети спілкування) та «*мовленнєва тактика*» (певна мовленнєва дія, спрямована на вирішення завдання в рамках однієї стратегічної цілі). Також ми виявили специфіку мовленнєвої тактики переконання, яка є складовою стратегії вмовляння. Переконання передбачає здатність суб'єкта впливати на об'єкт, досягти консенсусу між об'єктом та суб'єктом за допомогою раціональних аргументів. Одним з найважливіших компонентів мовленнєвої тактики переконання є модальність.

На основі існуючих підходів до вивчення категорії модальності було встановлено, що у лінгвістиці виділяють два види модальності: об'єктивну – та, що відбиває відношення суті висловлювання до дійсності, і суб'єктивну – що показує ставлення мовця до суті висловлювання. Суб'єктивна модальність поділяється на такі типи: алетичну (вона визначає зміст висловлювання як можливе / неможливе); деонтичну (характеризує зміст висловлювання з точки зору дозволеності / забороненості); епістемічну (розмежовує ймовірне / неймовірне) та оптативну (позначає бажані / небажані дії).

Об'єктивна модальність може бути виражена у мові за допомогою категорії способу дієслів. До мовних маркерів суб'єктивної модальності відносять різноманітні лексичні та лексико-граматичні (модальні дієслова,

модальні слова та вступні конструкції), а також синтаксичні та інтонаційні засоби.

З'ясовано конкретні способи мовного вираження тактики переконання. Переконливі висловлювання містять модальні компоненти різних типів. Найбільш типовим для мовленнєвої тактики переконання є об'єктивно-модальний компонент зі значенням реальності викладеної інформації, деонтичний компонент зі значенням нагальної необхідності або заборони, а також епістемічний компонент зі значенням високого ступеня впевненості. У мові зазначені модальні компоненти виявляються набором лексичних, граматичних та синтаксичних засобів.

Об'єктивно-модальний компонент зі значенням реальності викладеного виражається за допомогою дійсного способу та умовних речень I типу. Таким чином мовець подає викладені ним факти, як реальні, що сприяє об'єктивізації його позиції.

Переконливі висловлювання часто містять деонтичний модальний компонент зі значенням зобов'язання та необхідності, зумовленої моральними нормами чи обставинами, і також зі значенням заборони чи неможливості. Основним засобом вираження деонтичної модальності у матеріалі вибірки є такі модальні дієслова: *must* (32%), *to have to (to have got to)* (17%), *ought to* (10%), і навіть негативна форма дієслова *can* (21%). Крім модальних дієслів, деонтична модальність також може виражатися за допомогою низки смислових дієслів з близьким до модального значення: *to want, to ask, to beg, to entreat, to be forced to*.

Епістемічний модальний компонент реалізується в переконливих висловлюваннях набором модальних дієслів та модальних слів, а також вступних конструкцій зі значенням високого ступеня впевненості: *must, certainly, of course, really, sure, I know, obviously, no doubt* та інших.

У переконливих висловлюваннях також може бути оптативний компонент, який маркерує дії та факти як бажані та небажані. До мовних

маркерів цього типу модальності належать висловлювання *had better, would rather*, і навіть конструкції з прикметниками *(un)desirable, preferable*.

Аналіз матеріалів вибірки також показав, що різним типам переконливих текстів характерні власні типові комбінації модальних значень та способи їх реалізації у мовленні. Так, рівностатусним діалогам властива помірний ступінь впевненості мовця, яка проявляється у поєднанні лексем зі значенням гіпотетичності (*maybe, might*) і лексем зі значенням безперечності (*obviously, I'm sure, I know*). Для цього типу діалогу також характерне підкреслення того, що викладене не є істиною, а особистою позицією того, хто говорить (*I think, I know*).

Нерівностатусним діалогам властиве прагнення до більшої об'єктивізації та авторитарності висловлюваної думки. При реалізації тактики переконання у нерівностатусних діалогах підвищується ступінь упевненості мовця, що проявляється у більшій частоті вживання модальних слів з відповідним значенням: *certainly, really, no doubt, of course*. Відповідно знижується частота використання мовних маркерів типу *I think, I believe*. У діалогах такого типу часто є присутнім деонтично-модальний компонент зі значенням необхідності дії або заборони.

Особливу категорію представляють некооперативні переконливі діалоги. Їхні адресанти виявляють високий рівень категоричності, практично нав'язують свою волю і позицію співрозмовнику, не приймають заперечень і часто вдаються до негарних прийомів – наприклад, шантажу. Ці тексти характеризуються вираженою суб'єктивною модальністю зі значенням високого ступеня впевненості, а також нагальній необхідності будь-якої дії. Характерними мовними маркерами є деонтичні модальні дієслова *must* і *have to*, велика кількість спонукальних речень, а також епістемічні лексеми *of course, I'm sure, certainly* і подібні. У плані об'єктивної модальності переконливі висловлювання найчастіше представлені мовцем як реальні факти, що сприяє об'єктивізації викладеної ним думки.

Перспективами цієї роботи може стати дослідження модальності як компонента інших мовленнєвих тактик, таких як тактика звинувачення, обурення, докору, прохання та інших.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаменко Г. А. Коммуникативная стратегия убеждения и особенности ее реализации в политическом дискурсе : Вестник МГЛУ. 2013. №5 (665). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-strategiya-ubezhdeniya-iosobennosti-ee-realizatsii-v-politicheskom-diskurse>. (дата звернення: 03.06.2022)
2. Алсынбаева Р. Г. Логическая и лингвистическая сущность категории модальности : Вестник Башкирского университета, 2013. Т. 18. №1. С. 181–184.
3. Афанасьева Ю. С. Алетические и деонтические модальные значения в языке разных структур. *Вестник Чувашского университета*, 2010. №4. С. 185–188.
4. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов : 2-ге вид., Москва : Советская энциклопедия, 1969. 608 с. С. 237.
5. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / за ред. В. Фрязинов. Москва : Изд-во иностр. лит-ры, 1955. 416 с.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Акадбацемія», 2009. 376 с.
7. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. *Мовні і концептуальні картини світ*. Київ, 2004. С. 11–16.
8. Блох М. Я. Теоретические основы грамматики : 4-те вид., перероб. та доп. Москва : Высшая школа, 2012. 160 с.
9. Бондарко А. В. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / за ред. А. В. Бондарко. Ленинград : Наука, 1990. 264 с.

10. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге : *Русская разговорная речь как явление городской культуры*. Екатеринбург : АРГО, 1996. С. 21–48.
11. Боруленков Ю. П., Дмитриева Л. А. Психологическое воздействие как инструмент юридического познания и доказывания : Библиотека криминалиста. *Научный журнал*. 2014. № 2 (9). С. 148–154.
12. Валгина Н. С. Теория текста. Москва : Новая волна, 2003. 202 с.
13. Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке. *Исследование по русской грамматике*. Москва : Наука, 1975. С. 53–87.
14. Голоднов А. В. Риторический метадискурс : основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации : монография. Санкт-Петербург : Астерион, 2011. 344 с.
15. Гончарова Н. В. Аксиологічна структура англомовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2002. 182 с.
16. Грамматика английского языка: Морфология : учеб. пособ. для студ. пед. ин-тов по спец. № 2103 «Иностр. яз.» / под. ред. Н. А. Кобринна, Е. А. Корнеева та ін. Москва : Просвещение, 1985. 287 с.
17. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
18. Женетт Ж. Фигуры: Работы по поэтике пер. з фр. Москва : Пилигрим, 1998. 286 с.
19. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : 5-е вид., перероб. та доп. Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
20. Иссерс О. С. Речевое воздействие : навч. посіб. Москва : Флинта, 2008. 224 с.
21. Иссерс О. С. Речевое воздействие. Москва : Наука, 2013. 240 с.
22. Климинская С. Л. Лингвостилистические средства реализации стратегий и тактик убеждения в аргументативном дискурсе (на материале

англоязычных телевизионных дискуссий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 2010. 27 с.

23. Колшанский Г. В. К вопросу о содержании языковой категории модальности : Вопросы языкознания : 1961. № 1. С.93–98.

24. Коробова Н. В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Нижний Новгород, 2007. 16 с.

25. Мальцева В. А. Речевые тактики судебного спора : Бизнес в законе. Москва : Юр-ВАК, 2012. № 3. С. 165–169.

26. Малявин Д. В. Способы выражения модальных отношений в английском и украинском языках. Одесса : Наука, 1986. 69 с.

27. Морозова О. Н., Бородавкина, Е. А. Актуализация категории модальности в американской риторике начала XXI века. *Политическая лингвистика*. 2015. №4. С.129–133.

28. Олешков М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса. Нижний Тагил : Нижнетагильская гос. соц.-пед. академия, 2006. 336 с.

29. Падучева Е. В. Модальность : Русская корпусная грамматика URL: <http://rusgram.ru/Модальность#11> (дата звернення: 15.07.2022)

30. Панфилов В. З. Категория модальности и ее роль в конструировании структуры предложения и суждения. Москва, 1977. С. 40–41.

31. Панфилов В. З. Категория модальности и её роль в конструировании структуры предложения. *Вопросы языкознания*. 1977. № 4. С. 37–48.

32. Пастернак Т. А. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу «співбесіда при прийомі на роботу». *Studia Linguistica*. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. С.363–367.

33. Петров Н. З. О содержании и объеме языковой модальности. Новосибирск : Наука, 1982. 161 с.

34. Селіванова О. О. Принципи сучасних лінгвістичних досліджень : Лінгвогеографія Черкащини. Київ : Знання, 2000. С. 39–41.
35. Словник української мови. URL: <https://slovnyk.ua/index.php> (дата звернення 07.05.2022).
36. Стерин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : КО, 2001. 227 с.
37. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Воронеж : Истоки, 2012. 178 с.
38. Тенева Е. В. Манипуляция и убеждение как подвиды категории воздействия (на материале британского политико публицистического дискурса). *Вестник СПбГУ*. Сер. 9. 2016. Вып. 1. С. 120–130.
39. Ткачук В. М. Категорія суб'єктивної модальності : монографія. Тернопіль : Підручники й посібники, 2003. 240 с.
40. Тураєва З. Я. Лингвистика текста на исходе второго тысячелетия. *Вісник Київського лінгвістичного ун-ту. Філологія*, 1999. Т. 2. С.17–25.
41. Философский словарь / за ред. И. Т. Фролова. Москва : Политиздат, 1981. 445 с.
42. Хомутова Т. Н. Модальность и наклонение в современном английском языке. *Вестник ЮурГУ. Лингвистика*. 2008. №1. С. 19–23.
43. Хрычиков Б. В. Категория модальности, её объём и средства выражения в современном русском языке. Київ : КГПИ, 1992. 215 с.
44. Цыренова А. Б. К вопросу о категории модальности и авторской интенции (на материале английского языка). *Вестник ТГП*. 2011. Вып. 3. С. 93–97.
45. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография. Москва : Наука, 2014. 344 с.
46. Шинкарук В. Д. Категорії модусу і диктуму у структурі речення : монографія. Чернівці : Рута, 2002. 272 с.
47. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.

48. Яшенкова О. В. Оцінні номінації в англійському діалогічному мовленні : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 1995. 23 с.
49. Auwera J. van der, Plungian V. A. Modality's semantic map. *Linguistic Typology*. 1998. №2. P. 79–124.
50. Bloch M. I. A Course in Theoretical English Grammar. Moscow, 2000. 239 p.
51. Brown P., Levinson S. Politeness. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 244 p.
52. Darian S., Ilchenko O. Impact: Writing for Business, Technology and Science. Kyiv : Akadempriodyka, 2012. 232 p.
53. Frawley W., Eschenroeder E., Mills S., Nguyen T. The Expression of Modality : Walter de Gruyter : 2006. 268 p.
54. Gruber H. Evaluation Devices in Newspaper Reports. *Journal of Pragmatics*. 1993. Is. 19. P. 469–486.
55. Palmer F. R. Mood and Modality. Cambridge : Cambridge University Press, 2010. 243 p.
56. Palmer F.R. Modality and the English Modals. New York : Routledge, 2013. 220 p.
57. Van Dijk T. Strategies of Discourse Comprehension. New York : Academic Press, 1983. 413 p.
58. Von Fintel K. Modality and Language : Encyclopedia of Philosophy / ed. by D. M. Borchert. 2006. URL: <http://mit.edu/fintel/www/modality.pdf/> (accessed: 10.07.2022).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

59. Bronte C. Jane Eyre. London : Macmillan, 2015. 71 p.
60. Fitzgerald F. S. The Great Gatsby. Москва : Пальмира, 2017. 194 с.

61. Shaw G. B. Pygmalion. London : Dover Publications, 1994. 84 p.
62. Warren R. P. All the King's Men. London : Penquin, 2012. 662 p.
63. Wilde O. An Ideal Husband. Санкт-Петербург : Каро СПб, 2010.
144 с.
64. Wilde O. The Picture of Dorian Gray. Москва : Изд-во Т8, 2016.
156 с.

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as category of modality as a component of speech tactics of persuasion.

The object of the work can be defined as the category of modality as a component of the speech tactics of persuasion and its usage and role in English fictional literature.

The main aim of the paper consists in research and identification of different types of modality and specific linguistic means of its expression when using speech tactics of persuasion, description of speech tactics of persuasion. It determined the accomplishment of such objectives as:

- profound analysis and systematization of the theoretical foundations of the theory of modality and its tactics of persuasion;
- investigation of the specific ways of linguistic expression of tactics of persuasion in English fictional literature.

In the course of the research, we identified the specifics of speech persuasion tactics, which are part of the persuasion strategy. One of the most important components of speech persuasion tactics is its modality.

There are two types of modality in linguistics: the objective and the subjective. Objective modality can be expressed in a language using the verb mode category. Language markers of subjective modality include various lexical and lexical-grammatical, as well as syntactic and intonation tools. The speech tactics of persuasion in English-language fictional discourse are manifested through the usage of modal components of various types.

The scientific novelty of the presented research lies in the investigation of the tactical organization model of persuasion in fictional literature.

Key-words: *modality, speech strategy, speech tactics, alethic modality, deontic modality, epistemic modality, optative modality*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Цацуро Катерина Олександрівна, студент(ка) 2 курсу магістратури, заочної форми здобуття освіти факультету іноземної філології спеціальності 035 філологія германські мови та літератури (переклад включно) перша - англійська освітньої програми мова і література (англійська), адреса електронної пошти katetsatsuro@ukr.net,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Модальність як компонент мовленнєвої тактики переконання в англійськомовному художньому дискурсі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____