

**И.Л. Роляк**

*Университет Яна Кохановского в г. Кельце (Польша)*

## **К ВОПРОСУ ВЫРАЖЕНИЯ МОДАЛЬНОСТИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ УЧАЩИХСЯ РЕЧЕПОРОЖДЕНИЮ В ПИСЬМЕННОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ**

*Ключевые слова: модальность, деловой дискурс, обучение русскому языку делового общения, деловые письма*

*Keywords: modality, business discourse, Business Russian teaching, business letters*

Деловое общение – это сложный и многоплановый процесс развития межлических контактов в служебной сфере, в которой коммуниканты выступают в определенных статусных ролях практического деятеля и ориентированы на достижение конкретных задач и целей организационно-экономического плана. Его отличает регламентированность, т.е. подчинение установленным ограничениям, определяющимся не только рационально-практическими установками, но и профессионально-этическими принципами, а также национальными и культурными традициями, и стандартизация, охватывающая все уровни языка – фонетический, лексический, морфологический и синтаксический, в результате которой складывается «устойчивый речевой стереотип, воспринимаемый говорящими как особый, функционально ориентированный тип языкового нормирования текстов, т.е. особый функциональный стиль» (Рахманин, 1997: 14).

Письменная деловая речь относится к официально-деловому стилю, закрепленному за сферой социально-правовых отношений, реализующихся в законотворчестве, экономике, управленческой и дипломатической деятельности. Но прежде всего это язык служебных документов, хотя можно назвать также периферию делового стиля, к которой можно отнести, например, рекламу, обиходно-деловую речь и т.п.

Язык служебных документов имеет свои особенности: высокую степень стандартизации, и как следствие – сужение диапазона используемых речевых средств; частотность некоторых языковых конструкций и клише в текстах документов; безэмоциональность (нейтральный тон изложения), что повышает информативность документов и облегчает их восприятие специалистами, а пишущему облегчает задачу их составления (а также перевода – прим. наше – И.Р.) при помощи использования готовых, закрепленных за деловым обиходом формул и конструкций, характерных для стандартных ситуаций (там же, с.14).

Однако безэмоциональность изложения не исключает выражения в письмах отношения адресанта к адресанту, ситуации и собственно излагаемому. Вся письменная деловая речь (речепорождение каждого жанра письменного делового дискурса) построена на разного рода модальности. Следовательно, можно говорить о таком явлении как *дискурсная*

*модальность*, выражающаяся в отношении пишущего коммуниканта к порождаемому дискурсу, а также содержащихся в нем (дискурсе) действий, связанных с необходимостью, возможностью, готовностью, желанием или нежеланием что-то сделать и т.д. Сказанное передается посредством лексических, синтаксических и стилистических средств.

В лингвистической литературе модус понимается как субъективно-оценочный компонент семантики предложения. При этом в каждом высказывании разграничиваются модус и диктум, причем модус – это особый слой синтаксического значения, который всегда связан с принадлежностью высказывания говорящему (Солганик, 1984: 177). В связи с этим факты действительности и их связи, являясь содержанием высказывания, могут мыслиться говорящим как реальность, как возможность или желательность, как долженствование или необходимость. А модальностью называется оценка говорящим своего высказывания с точки зрения отношения сообщаемого к объективной действительности (Валгина, 2014: 229). Добавим, что для продукции дискурса русского языка делового общения (РЯДО) очень важной является коммуникативная цель высказывания и ее языковая реализация. Поэтому мы придерживаемся того же мнения, что и исследователи, которые считают, что понятийных центров в сфере модальности не два, а три: модальность выражает: а) отношение высказывания к действительности; б) отношение говорящего к содержанию высказывания и в) коммуникативную цель высказывания (Падучева, 2014). И именно с таких позиций мы рассматриваем модальность в нашей статье.

Модальными называют слова, при помощи которых говорящий оценивает свое высказывание в целом или отдельные его части с точки зрения отношения их к объективной действительности (Валгина, 2014: 230). Если рассматривать модальность с точки зрения реальности/нереальности действительности (актуализационные категории модуса), то модальность действительности означает, что высказывание оценивается говорящим как достоверный факт, в то время как модальность недействительности означает, что высказываемое оценивается говорящим как предположительное, возможное, желательное и т.д. И на этом основании выделяются обычно такие типы модальности как модальность необходимости и долженствования (дебитивная модальность); модальность возможности/невозможности (потенциальная модальность); предположительная (гипотетическая) модальность; побудительная (императивная) модальность; модальность намерения (интенциональная модальность); желательная (оптативная) модальность (Зайнуллин, 1986).

Все перечисленные выше типы модальности необходимо присутствуют в письменных текстах РЯДО, поэтому их учет важен также при обучении поляков русскому языку делового общения.

Для нашего анализа мы взяли такие виды коммерческих документов как деловые письма, которые, по нашему мнению, как нельзя более четко позволяют иностранным учащимся (в нашем случае – польским) понять и уметь в дальнейшем использовать разные типы модальности. Текст

коммерческого письма чаще всего состоит из вводной и основной частей. Во вводной части указываются причины, вызвавшие составление письма, сопровождаемые ссылками на факты, даты, документы. Во второй части формулируется его основная цель (запрос, предложение, отказ, просьба, претензия, гарантия и т.п.). Чтобы достигнуть основной цели общения необходимо умение понять собеседника, использовать средства воздействия, учитывая его реакцию. В связи с вышесказанным можно сказать, что жанр делового письма всегда субъективно модален. Т.В.Романова считает, что категория субъективной модальности – одно из средств выявления индивидуально-авторского стиля. А субъективная модальность, составляющая (условно) оппозицию объективной модальности и входящая вместе с ней в авторскую модальность, может также служить показателем жанрово-стилевой отнесенности текста (Романова, 2009: 25). В деловом дискурсе, из-за его регламентированности, субъективная модальность является не столько показателем индивидуально-авторского стиля, сколько жанрово-стилевой отнесенности текста.

Важнейшим компонентом любой ситуации делового общения является *коммуникативное намерение*, которое можно типологизировать следующим образом: *информировать*, то есть дать представление о предмете речи конкретно и беспристрастно; *убедить* – склонить собеседника к своему мнению, используя нужные аргументы и доказательства; *внушить* – обратиться не только к разуму, но и к чувствам собеседника, используя логические и эмоциональные средства воздействия на личность; *побудить к действию* – убедить собеседника в необходимости действия (Смелкова, 1997:11).

Основным типом является четвертый, хотя он не может обойтись без трех предыдущих. Таким образом, в деловом общении основными категориями модуса, кроме информативности, являются персуазивность и побуждение к действию.

Модальность в письменном деловом дискурсе выражается различными лексическими и грамматическими средствами, среди которых вводные слова и обороты: *к сожалению, конечно, очевидно* и др.; модальные глаголы и наречия: *должен, обязан, вынужден, может, готов, намерен, нужно, надо, необходимо, следует* и др.; специальные формы изъявительного, повелительного и сослагательного наклонений. В польском языке названным средствам выражения модальности соответствуют свои, причем, имеются как сходства, так и расхождения, осложняющие формулирование правильного высказывания на русском языке для польских учащихся, о которых мы будем говорить ниже.

Говоря о социальных категориях модуса в РЯДО, следует отметить, что выражение говорящего(пишущего) по отношению к партнеру всегда стремится к подчеркнутой вежливости и официальности (что относится ко всем видам коммерческих документов). Это выражается при помощи местоимений *мы* (фирма) и *Вы* (фирма), причем *Вы* всегда пишется с большой буквы, чем подчеркивается уважение к партнеру. Обращение от 1-

го лица в деловых письмах не рекомендуется. В польских деловых письмах допустимо обращение от первого лица.

Модальность *действительности* выражается при помощи изъявительного наклонения и определяется как неопровержимый факт, часто подкрепленный необходимыми документами: *Сообщаем, что в партии товара, поставленной нам по контракту №..., была обнаружена недостача, что подтверждают приложенные к письму документы; Данный факт удостоверен актом приемки №...; Имеет место просрочка в поставке товара.* В данных примерах мы наблюдаем безэмоциональное отношение к сказанному. Но это можно выразить также при помощи отношения (оценки) пишущего к высказыванию, что достигается путем использования вводных слов и оборотов: *К нашему большому сожалению, в партии товара, поставленной Вами по контракту...; С сожалением сообщаем, что в партии товара...* и т.д. (оценка факта). Оценка достоверности информации в данного типа письмах выражается также при помощи вводных слов *несомненно, возможно, по всей вероятности, очевидно, должно быть* и т.д., например: *Очевидно(по всей вероятности) недостача произошла по вине Вашего экспедитора.* Таким образом, можно сказать, что вводные слова входят в сферу субъективной модальности, поскольку показывают отношение пишущего к сообщению (т.е. в речевом дискурсе подразумевается лицо, продуцирующее высказывание). В польском языке приведенные примеры соответствуют польским аналогам: *Informujemy, iż w partii towaru dostarczonego zgodnie z kontraktem №... stwierdzono niedowagę...; Ma miejsce opóźnienie dostawy towaru* (безэмоциональное отношение к сказанному). Трудности появляются при употреблении упомянутых выше модальных слов, так как возникают некоторые несоответствия с польским языком, например, в конструкциях *с сожалением* и *к сожалению*. *С сожалением сообщаем, что...;* или *Ссылаясь на Ваш запрос с сожалением сообщаем, что...*, но: *К нашему большому сожалению, мы до сих пор не получили...* В польском языке это выражается конструкцией: *Z przykrością zawiadamiamy, że...* (что соответствует русскому *с сожалением сообщаем*) или одним словом – *niestety* (к сожалению). Поэтому польские учащиеся взаимозаменяют предлоги *с* и *к* в сочетании с лексемой *сожаление*, вследствие чего возникает вариант *к сожалению сообщаем*. Как показывает наша практика, большие трудности связаны также с переводом вводных слов на польский язык. Так, наречие *очевидно* как вводное слово, выражающее оценку достоверности информации (предположение), употребляется чаще всего в значении возможности, вероятности чего-л: *Очевидно, недостача произошла по вине экспедитора.* Но в качестве предикатива - в значении чего-то, не вызывающего сомнений: *Таким образом, совершенно очевидно, что недостача произошла...* На польский язык первый пример переводится как *sądzimy (uważamy), że...* (*мы считаем, что*). Во втором случае (выражение уверенности – бесспорно) *oczywiste jest...* (*очевидным является* или *понятно, что*). Как мы видим из приведенных примеров, в польском языке нет точного соответствия слову *очевидно*. Но в словарях одно из

первых соответствий польского *oczywisty* является *очевидный*, что приводит к ошибочному употреблению этого слова вместо синонимичных ему лексем. Кроме того, польск. *oczywiście* (наречие) означает отсутствие сомнения в чем-либо. В качестве предикатива или вводного слова не используется.

Оценка достоверности информации в деловых письмах выражается также при помощи вводных слов *безусловно, бесспорно (уверенность), наверно, несомненно, возможно (предположение)*. В данном случае трудность для поляков составляет правильное использование вводного слова *навечно*, что отождествляется у них с лексемой *навечно*, а также с польским *na pewno* (обязательно), вследствие чего возникает ошибка: *Мы наверно выполним Ваши требования* (как выражение обязательства, гарантии).

Соответствие ожиданию можно выразить в деловых письмах при помощи вводных слов *конечно и действительно: Конечно, при определенных уступках с Вашей стороны, мы можем принять Ваши условия; Мы рассмотрели Вашу рекламу и обнаружили, что, действительно, в партии товара были дефекты.*

По мнению В.В. Виноградова, к рассматриваемым выше примыкают также слова и фразовые единства, выражающие выделение, ограничение, количественную или качественную оценку отдельных мыслей из состава сообщения: *в особенности, главное, тем более; в частности, между прочим, по крайней мере*, а также слова, выражающие уточнение, пояснение тех или иных членов предложения, или целых предложений: *то есть, именно, так, например*; слова и фразовые единства, выражающие присоединение или обособление отдельных частей сообщений: *вместе с тем, при том, при этом, кстати, кроме того, помимо того*; слова или фразовые единства, выражающие противопоставление или ограничительное допущение мыслей в рамках сообщения: *наоборот, напротив, тем не менее, все же, все-таки, только и т. п.*; слова и фразовые единства, обозначающие порядок следования мыслей, последовательность их расположения — в соответствии с оценкой степени их значительности: *прежде всего, в конце концов, наконец, во-первых, во-вторых и т. п.* Как считает В.В. Виноградов, «промежуточное положение этих слов между союзами и модальными словами обнаруживается в том, что они сочетают функцию связывания членов предложения или предложений и функцию выражения оценки связываемого или присоединяемого, а иногда также функцию выражения отношения к сообщаемому со стороны говорящего» (Виноградов 1975:87).

Для нашего исследования важным является адекватный перевод рассматриваемых выше слов и фразовых единств на польский язык, так как он, как показывает наша практика обучения, составляет для иностранных студентов наибольшую трудность. Это, например, употребление вводного слова *между прочим*, поскольку оно переводится в словарях как *między innymi*, поэтому там, где поляки употребили бы *między innymi*, они переводят это как *между прочим*, но это соответствие не всегда корректно. В польском языке, кроме соответствующего ему значения в русском языке — ‘попутно,

пользуясь случаем, кстати’ – *między innymi* имеет также значение ‘например, в частности, включая (что)’. Ср.: *W wyniku przeprowadzonej kontroli inspektorzy zakwestionowali 32% dostarczonej partii towaru, między innymi z uwagi na niezgodność towaru z warunkami umowy.* – В результате проведенного инспекторами контроля они забраковали 32% поставленной партии товара, в частности, из-за несоответствия товара условиям договора. Другой пример: *W partii towaru zostały wykryte wady, między innymi w skrzyniach nr 2,3,4....- В партии товара были обнаружены дефекты: например, в ящиках № 2, 3, 4...* Следующий пример: *Jesteśmy gotowi do współpracy ze wszystkimi wspomnianymi firmami, między innymi z Waszą firmą.* – Мы готовы к сотрудничеству со всеми упомянутыми фирмами, включая Вашу фирму. Во всех приведенных примерах перевод рассматриваемых лексем как *между прочим* был бы ошибочным.

Трудным является также перевод таких вводных слов как *по крайней мере* и *кстати*, поскольку первое из них учащиеся пытаются перевести дословно, хотя на самом деле оно переводится как *przynajmniej*. Что касается *кстати*, поляки используют латинское *a propos*.

Перейдем к *модальности долженствования*, которая относится к *недействительным* (возможным, желательным, но не реальным событиям) и предполагает осознанную необходимость. Она актуализируется в деловых письмах при помощи лексем *следует, нужно, необходимо, надо, надлежит* и др.: *В связи с вышесказанным Вам нужно будет возместить все расходы, связанные с недопоставкой;* или при помощи таких конструкций как: *В связи с этим мы настаиваем на допоставке недостающего количества товара.* В свою очередь, *долженствование «наоборот»* – то есть, мы должны, но очень не хотим этого делать – выражается при помощи лексемы *вынуждены*: *В противном случае мы вынуждены будем передать наш спор в арбитраж.* Таким образом, *модальность долженствования с точки зрения действительности/недействительности (пропозиционального содержания) высказывания* означает, что говорящий излагает сообщаемое как возможное, желаемое, предположительное, сомнительное и т.д., т.е. как нереальное. Сюда же можно отнести *модальность возможности/невозможности*: *Мы готовы (не готовы) принять Ваше предложение;* *интенциональную модальность*: *Мы намерены осуществлять поставки (условия)* и т.д. В сравнении с польским языком здесь также появляются определенные трудности. Рассмотрим их на примерах. *Вам нужно будет допоставить (Musicie dostarczyć brakująca ilość); Вы должны...(Musicie, Należy); Вы обязаны (Jesteście zobowiązani); Мы настаиваем (Nalegamy na), Мы готовы (Gotowi jesteśmy), Мы намерены (Zamierzamy), Мы вынуждены будем (Zmuszeni będziemy); следует – należy, обязан – jest zobowiązany.* Ср. *Перевозчик обязан проверить наличие заявленного количества товара – Przewoźnik zobowiązany jest sprawdzić deklarowaną ilość towaru.* Мы должны Вас предупредить, что упаковка товара не включена в общую сумму контракта – (Musimy uprzedzić, że...) Товар должен быть поставлен (Musí być/powinien być dostarczony). Как видим из приведенных выше примеров,

для каждого из модальных слов в польском языке есть свои соответствия. Трудность, однако, возникает в употреблении нужного модального слова в определенных контекстах. Ср.: *Мы (обязаны, готовы, можем, должны) пойти Вам навстречу и предоставить скидку в размере 5%*. Так, если при партнер просит предоставить ему скидку в ответ на встречные уступки, используется клише *Мы готовы (можем) предоставить Вам скидку, при условии, если Вы...* Но если это, например, рекламация (претензия партнера), то следует использовать клише *В данной ситуации мы обязаны (по договору) предоставить Вам скидку...*

*Вы (должны, можете, готовы, обязаны) допоставить нам товар еще в текущем месяце.* Ср.: *Мы надеемся, что Вы можете допоставить нам товар ....* («мягкое» воздействие на партнера) и *Вы должны допоставить нам товар* («жесткие» требования).

*Продавец (должен, обязан) в течение 30 дней после получения рекламации рассмотреть ее по существу.* В деловом письме можно использовать оба модальных слова. Однако при составлении контракта необходимо использовать слово *обязан* (так как в контракте прописываются *обязанности* партнеров по контракту).

Учащиеся с помощью приведенных выше упражнений учатся вставлять нужное модальное слово в зависимости от контекста и коммуникативной ситуации. Таким образом, они учатся дискурсной специфике употребления модальных слов в деловой письменной речи.

Наложение обязанности на партнера включает как распоряжение, так и запрет что-либо сделать и является одним из основных видов модальности долженствования в языке делового общения (как в русском, так и в польском языках). Распоряжение может быть выражено безоговорочной рекомендацией сделать что-либо и только это: *Вы должны в течение 30 дней с даты нашего письма возместить причиненный нам ущерб* (в случае невыполнения грозят санкции) или же предложением выбрать один из возможных вариантов: *Вы должны допоставить недостающее количество товара в течение 7 календарных дней с даты настоящего письма или перевести сумму за недостающее количество на наш расчетный счет.*

В свою очередь, запрет что-либо сделать говорит о предполагаемом безоговорочном выполнении партнером каких-либо действий (противоположных недопустимым). Семантически это соответствует распоряжению (безоговорочной рекомендации). *Вы не можете перенести срок поставки без предварительного согласия продавца.* Игнорирование запрета может привести к негативным последствиям: *В случае невыполнения Вами наших требований, мы передадим дело в арбитраж.* Как видно из представленных примеров, сказанное может быть выражено как модальным глаголом с отрицанием, так и отглагольным существительным.

В польском языке обязанность выражается глаголами *nakazane jest, powinien, musi, zakazane jest, może, dozwolone jest, wymagane jest* и др., при помощи которых формулируются распоряжение, запрещение или разрешение что-либо сделать. Сюда же относится фразовое единство *ma obowiązek*

(Redagowanie tekstu prawnego. Wybrane wskazania logiczno-językowe. Warszawa, 2006: С.11). Приведем примеры. *Sprzedawca ma obowiązek dokonywania napraw wadliwego sprzętu w okresie gwarancyjnym.* - Продавец обязан отремонтировать поврежденное оборудование в течение гарантийного срока. *Sprzedawca, który otrzymał cenę wyższą od ceny sztywnej, obowiązany jest zwrócić kupującemu pobraną różnicę* (Продавец, которому заплачена цена, высшая от твердой, обязан вернуть покупателю разницу).

*Zawiadamy, że umowa leasingu powinna być zawarta na piśmie* (Сообщаем, что лизинговый договор должен быть заключен в письменной форме). *Do zawarcia przez wykonawcę umowy o roboty budowlane z podwykonawcą jest wymagana zgoda inwestora* (Для заключения подрядчиком договора о строительных работах с субподрядчиком необходимо предварительное согласие инвестора). *Sprzedawca może dostarczyć towar przed terminem wskazanym w umowie za zgodą Nabywcy* (Продавец может поставить товар ранее срока, указанного в договоре, после предварительного согласия Покупателя).

Как и в русском языке, распоряжение, безоговорочное выполнение каких-либо требований, в польском языке также может выражаться при помощи отрицания:

*Niestety, przesunięcie terminu dostaw nie jest możliwe.* - К сожалению, перенесение срока поставки невозможно (не представляется возможным). (имплицитно содержащееся требование сдержать сроки поставки).

*Informujemy, że umowę nie można odwołać przez przedstawiciela.* – Информлируем, что договор не может быть расторгнут представителем.

*Zaznaczamy, że przechowawcy nie wolno używać rzeczy bez zgody składającego.* – Подчеркиваем, что хранитель не может пользоваться вещами без согласия поклажедателя.

Говоря о модальности долженствования, хотелось бы упомянуть также то, что в деловых документах имеет место активное употребление кратких форм прилагательных и причастий, что делает речь более четкой и категоричной, ср.: проведение консультаций *необходимо*, изменение графика поставок *нежелательно* и т.д.

Как мы уже отмечали выше, грамматически модальность выражается прежде всего наклонением. Предположительная (она же желательная) модальность выражается чаще всего при использовании сослагательного наклонения, а также модального слова *желательно*: *Мы хотели бы, чтобы товар был поставлен на условиях франко-вагон; Желательно, чтобы оплата производилась посредством инкассо.* Другие примеры: *Если Вы рассмотрите наше предложение и сделаете заказ до 12 января т.г., то мы готовы предоставить Вам скидку в 10% с указанной в прейскуранте цены; В случае Вашего несогласия, мы передадим дело в арбитраж.* и др.

Что касается императивной модальности, то в деловых письмах нежелательно ее выражение при помощи повелительных глаголов (это, скорее, просьба, и здесь используется форма глагол в 3 лице множ. числа + инфинитив): *Просим извинить* (вместо *извините*) *нас за задержку в*

поставке товара; сообщения: *Просим сообщить* (вместо *сообщите*) *нам срок окончания поставок*; просьбы: *Просим прислать* (вместо *пришлите*) *нам новые каталоги*; Это касается также рекламаций. Ср.: *Просим допоставить нам недостающее количества товара*. В польском языке конструкция глагол в 3 лице множ. числа + инфинитив выражается конструкцией глагол в 3 лице множ. числа + o + отглагольное существительное: *Prosimy o przysłanie*; соответственно учащиеся переносят ее на русский язык, вследствие чего возникает ошибка: *Просим о прислание*. Конструкция *Просим извинить* переводится как *Przepraszamy za...* (извиняемся за...), поэтому вследствие интерференции польского языка студенты переводят ее как *Извиняемся за...* (а иногда даже – *извиняем за...*), что допустимо в устной речи, но неприемлемо в деловых письмах.

Кроме сказанного, императивная модальность в деловых письмах может быть выражена имплицитно: *Мы надеемся, что вы с должным вниманием отнесетесь к нашей просьбе незамедлительно возместить наш ущерб*. Сказанное подразумевает на самом деле побуждение это сделать, причем, немедленно. Однако, выражается это в соответствии со стилем - подчеркнуто вежливым отношением к партнеру, вне зависимости от ситуации. То есть можно говорить о имплицитно выраженном требовании в вежливой форме, что также говорит о дискурсной модальности деловых писем. Таким образом, можно сказать, что во всех употреблениях императива прослеживается наличие объединяющего субъективно-модального значения. Толкование любого значения императива требует привлечения понятия говорящего, его отношения к сообщаемому (Романова, 2008: 212).

Подытоживая, отметим, что:

1. Язык делового общения, а в частности, деловые письма, построены на особом рода дискурсной модальности, проявляющейся в стандартизированных речевых оборотах и клише, причем прежде всего это информативная и воздействующая модальность;
2. Модальность представлена в деловых письмах наиболее употребительными языковыми средствами, объединяющихся в сознании обучаемых в некоторый комплекс единиц, используемых в этого рода коммуникативной деятельности;
3. Модальность, как необходимая составляющего каждого предложения в деловых письмах, является универсальной категорией как в русском, так и в польском языках; тем не менее в обучении целесообразным является объяснять ее дискурсную специфику, а также выявлять трудности в переводе деловых писем с русского на польский язык и наоборот.

Добавим, что отбор необходимых языковых средств и работа с письменными деловыми дискурсами определяется требованиями, обозначенными для каждого языкового уровня владения русским языком делового общения. Кроме того, учитываются творческий потенциал студентов и их коммуникативная грамотность, являющиеся необходимыми составляющими овладения навыками речепорождения деловых дискурсов.

## **Литература**

1. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык (учебник). [Электронный ресурс]. – Электрон. данные. – 2014. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook107/01/part-119.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., 2014.
2. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных словах в русском языке// Исследования по русской грамматике: избранные труды. – М., 1975. - С. 53 - 87.
3. Зайнуллин М.В. Модальность как функционально-семантическая категория. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1986 – 123 с.
4. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов: Учеб. пособие. – Москва: Высшая школа: ИНФРА-М, 1997. – 192 с.
5. Романова Т.В. Модальность. Оценка. Эмоциональность. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 2008 – 309 с.
6. Падучева Е.В. Модальность. Материалы для проекта корпусного описания русской грамматики. На правах рукописи. – М. 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. данные. – 2014. – Режим доступа: <http://rusgram.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., 2014.
7. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: пособие и словарь-справочник. – Москва: КУБУ-а, 1997. – 188 с.
8. Солганик Г.Я. К проблеме модальности текста//Русский язык: Функционирование грамматических категорий. Текст и контекст. – М.: Наука, 1984. - С.173 - 186.
9. Malinowski A. Redagowanie tekstu prawnego. Wybrane wskazania logiczno-językowe. Warszawa 2006. – 212 с.

**(0,6 п.л.)**