

МОДАЛЬНОСТЬ ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСА

Кадырова Диёра Миразимовна

ТГУВ, 2 курс, Лингвистика (арабский язык)

+998903373301

Научный руководитель: доц. **Муталова Г.С.**

Модальность является одной из основных категорий естественного языка – языковой универсалией, выражающей виды отношений высказывания к действительности и виды субъективной оценки информации. Поскольку модальность служит выражению оценки, она может быть объективной: на средствах выражения рациональной оценки в плане реальности объекта, и субъективной, связанной с выражением собственного отношения автора к высказываемому смыслу. Содержательный объем модальности включает не только значения возможности, необходимости и действительности, но и значения реальности / ирреальности, достоверности, вероятности, желательности, а также утверждение / отрицание, эмоциональность, авторизация, оценка, волеизъявление, прагматика контекста, вопрос/ ответ.

Значительный интерес представляет модальность газетно-публицистического дискурса, являющегося идейным и семантико-стилистическим центром публицистического произведения и обладающего целенаправленным социальным действием. При этом важно подчеркнуть, что изучение модальности текста не может быть полным без анализа авторской модальности, «скрепляющей все единицы текста в единое смысловое и структурное целое» [1, 96]. Публицистический текст, таким образом, становится каналом передачи информации и определенного видения действительности. В то же время в тексте фиксируются события и характеры, вызывающие у автора (лица, ведущего повествование), различные оценочные реакции [2, 18].

Важной особенностью газетно-публицистического дискурса является «чередование экспрессии и стандарта» [3, 68], обусловленное функцией воздействия на адресата и функцией сообщения. В зависимости от преобладания той или иной функции в газетных текстах выделяются информационные и воздействующие аналитические тексты [4, 30]. При этом текстовая модальность проявляется по-разному: «в одних текстах доминирует или является единственно возможной объективная оценочность (прежде всего в научных, деловых, новостных текстах), в других, напротив, превалирует личностная, индивидуальная оценочность (особенно в художественных, рекламных, аналитических текстах)» [5, 82-83].

Поскольку характерной чертой современного газетно-публицистического дискурса является не просто информирование читателя, а формирование у него определенного отношения к полученной информации, то воздействующая функция нередко приобретает явный оттенок манипуляции, что выделяет ее на фоне любого другого речевого воздействия.

Именно эта ярко выраженная прагматическая направленность современных газетных текстов определяет и специфику отбора модальных средств, максимально усиливающих прагматический потенциал журналистского текста.

В газетных и журнальных текстах реализуются как объективная и субъективная модальности, но и полимодальность, с помощью вербальных, так и невербальных средств. Эта категория имеет значение при создании научно-популярного текста – через своё отношение к описываемым событиям автор формирует отношение к ним читателя, при этом мнение автора не будет навязано – читатель, скорее всего, согласится с оценкой более компетентного в данном вопросе журналиста. Для объективной модальности денотатом является окружающий, реальный мир, а для субъективной он заключается в осмыслении этого мира и явлений, происходящих в нём. Основными модальными характеристиками событий в текстах газетного дискурса является их действительность или недействительность, по отношению к ним верна только оппозиция «действительность – недействительность». Модальность действительности и модальность недействительности могут относиться и к прямому высказыванию, и к косвенной речи – частому способу оформления высказывания в газетном тексте.

В тексте изложению фактов противопоставляются мнения различных исследователей по поводу описываемой проблемы и мнение автора текста. Каждый вид модальности, таких как необходимости, возможности, побуждения, желания, разрешения или запрета, чужого высказывания, некатегоричного высказывания – семантический инвариант, реализуемый через модальные значения и соответствующие формы выражения. Модальность – понятийная категория «со значением отношения говорящего к содержанию высказывания и отношение содержания высказывания к действительности, выражаемую различными лексическими и грамматическими средствами (формы наклонения, модальные глаголы, т. п.)».

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

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

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

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

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

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

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

Таким образом, резюмируя данный краткий анализ газетного дискурса и некоторых аспектов модальности еще раз отметим, что в газетных и журнальных текстах реализуется объективная и субъективная модальность, а также, возможны случаи проявления полимодальности, причём реализация происходит как с помощью вербальных, так и невербальных средств. Основными модальными характеристиками событий в газетных текстах является их действительность или недействительность. Полимодальность широко задействуется в журнальных и газетных текстах – в них происходит одновременно информирование читателя и формирование его оценки информации.

Использованная литература:

- 1) Валгина Н.С. Теория текста. Москва: изд-во МГУП «Мир книги», 1998.

- 2) Романова Т.В. Модальность. Оценка. Эмоциональность. Нижний Новгород. 2008.
- 3) Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. Москва. Российская государственная библиотека. 1971.
- 4) Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. Академия. Москва. 2003.
- 5) Потсар А.Н. Речевая структура персонажа в массовом тексте. СПбУ. СПб. 2007.