

УДК 81-114

Орехова Е.Н.

Московский государственный областной университет

СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ РАДИОДИСКУРСА

Аннотация. Статья посвящена средствам выражения субъективно-модальных значений в современном радиодискурсе. Обозначен круг модальных средств, участвующих в создании модального поля радиотекста: лексико-грамматические (вводные компоненты, частицы, междометия), синтаксические (риторические высказывания, вопросно-ответные комплексы), интонационные. Показана взаимосвязь использования модальных операторов и специфики радиокоммуникации, характеризующейся массовым адресатом, слабой обратной связью, отсутствием визуализации. Перечислены субъективно-модальные значения, являющиеся типовыми для радиодискурса, в их числе контактоставливающее и эмоциональное как наиболее продуктивные.

Ключевые слова: субъективная модальность, радиодискурс, адресат, адресант, вводные слова, модальные частицы, риторическое высказывание.

E. Orekhova

Moscow State Regional University

SUBJECTIVE MODALITY OF RADIOTEXT

Abstract. The article is devoted to the means of expression of subjective-modal meanings in the modern radiotext. We outline a range of modal means involved in the creation of modal field of radiotext: lexical and grammatical (parenthetical components, particles, interjections), syntactical (rhetorical statements, question-answer systems), intonational. The article demonstrates the interrelation of the use of modal operators and peculiarities of radio communication, characterized by massive audience, weak feedback, lack of visualization; lists subjective modal meanings that are typical for radiotext, including contact-setting and emotional as the most productive ones.

Keywords: subjective modality of radiotext, addressee, sender, introductory words, modal particles, rhetorical statement.

Категория субъективной модальности относится к числу важнейших антропоцентрических категорий языка и связана с выражением отношения говорящего к содержанию сообщения: «модальность оказывается категорией, присущей языку в действии, т. е. речи, и поэтому является самой сущностью коммуникативного процесса» [3, с. 113]. Необходимость реализовать субъективное намерение при оформлении конкретного высказывания обусловлена характером речевой ситуации, типом адресата, ориентированностью на его восприятие, стремлением корректировать его коммуникативное поведение. Позиция субъекта речи может быть выражена разнообразными средствами: во-первых, это

специализированные средства категории вводности, справедливо названной П.А. Лекантом «коммуникативно-прагматической», во-вторых, неспециализированные, в числе которых не только лексико-грамматические и синтаксические, но и текстовые. Последние подтверждают статус субъективной модальности и как категории высказывания, и как текстовой категории, что доказывается в работах многих современных исследователей [И.Р. Гальперин, Г.Я. Солганик, П.А. Лекант и др.]: «Представляется целесообразным разделить субъективно-оценочную модальность на фразовую и текстовую. Если фразовая модальность выражается грамматическими или лексическими средствами, то текстовая, кроме этих средств, применяемых особым способом, реализуется в характеристике героев, в своеобразном распределении предикативных и релятивных отрезков высказывания..., в актуализации отдельных частей текста...» [3, с. 115]. Действительно, связывать выражение субъективно-модальных значений исключительно с категорией вводных слов было бы неверно и неизбежно привело бы к сужению рамок данной категории в русском языке.

Современная публицистика демонстрирует разнообразие текстовых способов экспликации субъективно-модальных значений, проявляющих авторское отношение к изображаемому [7, с. 63]. В этом смысле справедливо высказывание И.Р. Гальперина о том, что «коэффициент модальности меняется в зависимости от целого ряда причин – индивидуальной манеры автора, объекта описания, прагматической установки, соотношения

содержательно-фактуальной и содержательно-концептуальной информации. Этот коэффициент тем выше, чем отчётилее проявляется личность автора в его произведениях» [3, с. 81]. Что касается публицистики, то в ней «коэффициент модальности» действительно высок.

Предметом рассмотрения в данной статье является радиокоммуникация, специфику которой определяют дистантность и отсутствие визуализации. В этом смысле рассмотрение современного радиотекста целесообразно с позиций теории речевого акта, включающего схему «адресант – сообщение – адресат», где каждый из компонентов имеет свою специфику, а также с использованием термина «дискурс», под которым мы будем понимать совокупность текста и контекста (контекстуации). Адресант радиодискурса – это журналист, филолог, специалист, умеющий создавать и озвучивать в эфире публицистический текст, часто открыто выражаящий свою позицию, вступающий в воображаемый диалог со слушателем. Адресат имеет массовый характер, это психологически и территориально разобщённая аудитория, внимание которой требуется завоевать. Специфичен и характер самого радиосообщения – текста, опосредованного передающим звуковым каналом. Диктор Всесоюзного радио и методист-преподаватель М.В. Зарва рассуждает о специфике радиоязыка так: «Одно из принципиальных отличий языка радио от языка газеты заключается в том, что в звучащей по радио речи, то есть речи, непременно окрашенной интонационно, «освещённой» отношением говорящего и несущей хотя бы в минимальной сте-

пени знак его индивидуальности, решительно невозможна бесстрастная фактографичность... Даже в жанрах чисто информационных, где, как правило, выступает не корреспондент, не хроникёр, а диктор, которого слушатели не отождествляют с автором текста, и где отношение к материалу будет выражено предельно скрупульто, это отношение всё же будет ощущаться, ибо абсолютная бесстрастность была бы возможна лишь при условии, если бы вместо живого человека, повествующего людям о событиях в мире, у микрофона находилось говорящее кибернетическое устройство» [5, с. 57].

Как любой современный медиатекст, радиотекст характеризуется яркой прагматической направленностью – воздействует на адресата речи, изменяет его мировоззрение и оценки, вовлекает в осмысливание актуальных общественных проблем: «Журналист создаёт особую реальность, существенно отличающуюся как от научного описания действительности, так и от других журналистских и нежурналистских версий происходящего. Эта реальность, являясь определённой проекцией личности журналиста (что, впрочем, не отменяет объективности получаемых знаний), задаёт особый мир событий. Журналист превращает читателя в совершенно другого человека. В определённом смысле, журналист сегодня втягивает адресата в особое существование, порождает это существование» [2, с. 39].

Автор радиотекста, оперируя вербальными и невербальными (музыка, шумы, интонация, тембр) средствами, не только информирует свою аудиторию об актуальных событиях сегодняшнего дня, но и формирует заинте-

ресованность, активизирует внимание собеседника, полемизирует с ним, делится своими эмоциями и оценками. В этом смысле радиотекст представляется модально окрашенным: так, в радионовостях доминирует модальность достоверности в сочетании с авторизующей модальностью; в радиорепортаже к указанным модальным значениям добавляется модальность эмоциональной оценки; а в радиобеседе на первый план выступает фактическая, то есть контактоустанавливающая модальность. Соотношение «человека социального» и «человека частного» в категории автора (термины Г.Я. Солганика) отражает усиление субъективного начала в современной радиоречи, значимость категорий оценочности и модальности, а также их языкового воплощения.

Действительно, радиокоммуникация делает ставку на диалогичность, активно используя контактоустанавливающие и эмоциональные модальные операторы: вводные слова и модальные частицы, междометия, риторические высказывания, вопросно-ответные формы и пр. Представляется, что эта тенденция не случайна: мы живём в эпоху информационного бума и часто оказываемся перегруженными разнообразной, а иногда и вовсе не нужной, информацией. Информационное воздействие печатных СМИ многократно усиливает телевидение, вызывая у человека чувство эмоционального голода, стремление к релаксации. Радио с успехом решает эту проблему: используя возможности передающего радиоканала, оно высвобождает воображение слушателя, а не предлагает ему готовые зрительные образы, как это делает телевидение,

чем оказывает положительное воздействие на аудиторию. Участвуя в воображаемом диалоге, адресат частично компенсирует недостаток эмоций, дефицит общения, вовлекается в процесс соразмышления, в круг авторских эмоций и субъективных оценок. Не случайно современные исследователи радиоречи (З.С. Смелкова, Л.В. Ассурова, М.Р. Савова, И.А. Санышкова) выделяют такую её особенность, как «диалоговая пристройка», когда на первый план выдвигнут учёт коммуникативных ожиданий адресата. Эту диалогичность можно представить и как согласование речевых действий говорящего и слушающего, выражющееся в разных типах взаимодействия диктума и модуса (термины Ш. Балли), когда «формируя ответный речевой ход, адресат реагирует как на содержание сообщения инициирующей реплики, так и на отношение собеседника к содержанию, проявляющееся в данной реплике, т. е. на её модусную составляющую» [4, с. 17].

Действительно, модусная составляющая речевого высказывания радиоведущего позволяет воздействовать на эмоции радиослушателя, расположить его к себе, сконцентрировать внимание на информации, звучащей в радиоэфире, и привлечь внимание к радиостанции в целом. Так, например, ведущие эфира радиостанции «Звезда» (запись эфира от 02.11.2007) Никита Усанов и Даша Добринина имитируют непосредственное общение друг с другом и с радиослушателями в рамках утреннего шоу «Подъём». Их языковая стратегия обязательно предполагает использование модальных операторов, среди которых выделяются в первую очередь специализированные единицы, напри-

мер, вводные компоненты, которые, «вклиниваясь в ткань предложения, создают впечатление быстро развивающейся речи, в процессе которой трудно всё заранее предусмотреть» [5, с. 42]. Наиболее многочисленны здесь контактостанавливающие модальные операторы, а также операторы логической и персуазивной модальности, актуализирующие в контексте адресатосему: *Но, вы знаете, когда просыпаешься и видишь, что это не так, то как-то сразу грустно становится* (Никита); *Сообщение о погоде. На планете Земля, кстати* (Никита); *И, тем не менее, именно в слова-то мы сейчас и поиграем* (Даша); *Рядом со мной Никита Усанов, мой, так сказать, партнёр по общению* (Даша); *Это, конечно, здорово, когда тебе снятся жаркие страны* (Никита); *Призы, разумеется, ждут* (Даша) и т. д.

Использование в радиотексте частиц тоже продуктивное явление, которое преследует две цели: во-первых, создаёт имитацию разговорной речи, во-вторых, расширяет зону модуса в высказывании: *Ну, вопрос такой!* (Никита); *Ну и не будем тянуть резину!* *Вот Алексей! Удачного вам дня!* (Даша); *Вас ждёт программа Елены Топтыгиной «Словарный запас».* *Уж она-то в словах понимает* (Даша); *Что-то мысли у тебя путаются* (Даша). Учитывая модальную природу большинства частиц русского языка, можно говорить об их использовании как знаках диалогизированности текста. Употребление названных единиц придаёт радиоречи живой, спонтанной, непринуждённый характер, создаёт иллюзию неподготовленной речи ведущего, который общается со слушателями запросто, без предварительной подготовки.

Помимо специализированных модальных операторов современный радиотекст включает и неспециализированные средства выражения модальных значений, причём число последних значительно больше, что доказывает экспансию средств субъективной модальности в современном русском языке, в том числе в медиаречи. Среди таких операторов следующие:

1) междометия, совмещающие эмоциональное и модальное значения: *Вот интересно, какая оценка у Дарьи Добрининой по астрономии? – Ой-ой-ой! Ну, четыре было когда-то. Да о чём ты говоришь вообще!* (Даша) – с помощью междометия говорящий имитирует смущение с оттенком досады;

2) вопросительные конструкции, в числе которых риторические высказывания, вопросно-ответные комплексы: *Тема воссоединения звёздной парочки, как оказалось, не всем пришлась по душе. Вдруг творческий союз повлечёт за собой семейный?* (Никита) – риторический вопрос выражает модальность предположения-догадки; *Мы вам вопрос, а вы нам ответ. Готовы ли вы поиграть с нами?* (Даша) – риторическое высказывание служит средством акцентирования внимания, стимулирует интерес.

Эфир утреннего шоу «Подъём» изобилует также личными местоимениями, в основном 1-го и 2-го лица, функция которых – усиление адресатной направленности высказывания: *Чаёк пьём. Приглашаем вас присоединиться к нам. Вы слушаете утреннее шоу «Подъём»; Удачного вам дня!*; Ещё целый час общения **нас** ждёт впереди! *Вы получаете два билета на концерт группы «Земляне».* Обращения выполняют ту же модальную функцию:

Итак, друзья, в finale каждого часа ваша рубрика! Да-да, друзья, всё очень просто! (Никита).

Анализ комплекса модальных средств, используемых в утреннем шоу, проявляет его модальную доминанту – фатическую (контактоустанавливающую) модальность. На втором месте по частоте использования стоят эмоциональные модальные операторы. Сказанное обусловлено речевой стратегией субъектов – включить слушателей в воображаемое общение, создать позитивный настрой, мотивировать адресата на положительный эмоциональный отклик в виде дальнейшего обращения к данной радиостанции.

В то же время радиопередачи различной жанровой принадлежности обнаруживают собственную модальную специфику. Так, в новостном дискурсе доминирует модальность авторизованности, что связано со стремлением журналиста максимально объективировать информацию для слушателей, подчеркнуть её достоверный характер. Отсюда использование вводных слов, вводных предложений, сложномодальных конструкций соответствующей семантики, например, в речи ведущего новостей на радио «Звезда» Инны Переверзевой (запись эфира от 02.11.2007, 03.11.2007): *Об этом заявил министр иностранных дел страны. По его словам, часть экстремистов убиты или они арестованы во время спецоперации; Об этом сообщил журналистам замминистра Малайзии. Он также сказал, что в ежегодном отчёте Юнеско приводится список стран, число первоклассников в которых падает; По словам замминистра, отныне малазийские*

родители, не отправляющие ребёнка в школу, будут караться денежным штрафом и т. д.

В познавательной программе «Говорим по-русски» на радио «Эхо Москвы» (запись эфира от 08.12. 2012) палитра модальных значений более разнообразная, что обусловлено форматом передачи, её коммуникативной целью – сформировать интерес к анализу фактов современной русской речи, популяризировать знания о русском языке. В речи ведущих эксплицируются следующие субъективно-модальные значения:

1) модальность достоверности/недостоверности: *Похоже, в XIX веке этого словосочетания ещё не знали!* (предположительность); *Кто знает, вдруг вам придётся выступить в роли продавца, или продажника!* (догадка); *Странно, конечно, что молодой человек этого слова не слышал* (уверенность); *Вот так, где, казалось бы, высокий глагол «творить» и еда из прохисшего молока – то есть «творог»!* (мнимость предположения); ...*«творог», несомненно, связан с общеславянским глаголом «творити»* (подчёркнутая уверенность);

2) модальность авторизованности: *Сермяга, как определяет её Даляр, – это кафтан грубого некрашеного крестьянского сукна; Как замечает этиологический словарь Фасмера, это трудное слово; А словарь Даля возводит «сермягу» к мордовскому слову; Словари не считают творог ошибкой; Как сообщают нам историко-этимологический словарь П.Я. Черных, в этимологическом отношении «творог», несомненно, связан с общеславянским глаголом «творити»; Так и только так, если по Даля;*

3) модальность логической оценки: *Не пугайтесь так при слове «продажник». Я сама, например, услышала это слово относительно недавно* (иллюстративная модальность); *Итак, кто же такой «продажник»?* (модальность вывода); *Ясно главное, оно наше, исконое...* Это не заимствование (модальность важности);

4) модальность эмоциональной оценки: *М-да, вот она сермяжная правда; Эх, знали бы сермяжники, кого мы сейчас называем продажниками!*; *Бр-р, слышать не могу, хотя и знаю, что можно и «твороГ», и «творОрг»; Уф, сразу от сердца отлегло.*

Ведущие активно диалогизируют текст, что значительно облегчает процесс восприятия научной информации, причём используют с этой целью не только специализированные вводные компоненты: *Заметьте, мы до сих пор этого не знаем; Но они, согласись, действительно, очень похожи: глагол «творить» и существительное «творог»;* но и многочисленные вопросительные конструкции, большая часть которых риторические с богатой палистрой модальных оттенков: *Вот только зачем слову «правда» такое определение – «сермяжная»? Кто впервые это словосочетание произнёс?; Да какие споры! О чём ты! Это битвы, баталии!; Хотите быть безупречны? Говорите «твороГ»!; В чём это значение русской интеллигенции?; Слово «творог» исконно русское или заимствованное? Не может ли оно происходить от слова «творить»? Справедливо утверждение А.В. Канафьевой о том, что «риторические высказывания разных структурно-семантических моделей, объединяя рациональное и эмоциональное, объективное и субъективное,*

являются в современной публичной речи эффективным средством воздействия на адресата, формирования у него соответствующих оценок и мнений» [6, с. 27].

Подытоживая сказанное, нельзя не упомянуть об интонации как универсальном средстве выражения субъективно-модальных значений. В современной радиоречи значение интонации трудно переоценить: с одной стороны, она участвует в оформлении специализированных модальных операторов (особая интонационная оформленность вводных компонентов, междометий, риторических высказываний), с другой – является самостоятельным модальным средством, «осознанным и преднамеренным орудием воздействия», включающим тембр и темп голоса, его силу и напряжённость, величину интервалов, степень разнообразия фонетических приёмов [1, с. 33]. Грамотная организация интонационных средств с целью преднамеренного воздействия на эмоциональную и волевую сферу сл�шателя – безусловное свидетельство мастерства радиожурналиста.

Таким образом, можно говорить о субъективной модальности как конституирующем факторе современного радиодискурса, ориентированного на горизонтальное общение, коммуни-

кативное равенство адресанта и адресата. Эффективность деятельности радиожурналиста во многом зависит от правильного оформления модусной части высказывания, а значит, грамотного использования субъективно-модальных операторов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бернштейн С.И. Язык радио. М.: Наука, 1977. 47 с.
2. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М.: ЛКИ, 2013. 280 с.
3. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 144 с.
4. Гельпей Е.А. Конструктивная роль фреймов pragматической связности реплик в диалогической речи (на материале английского языка). Автореф. дисс. канд. филол. н. Ростов-на-Дону: ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2007. 21с.
5. Зарва М.В. Слово в эфире. М.: Флинта, 2011. 376 с.
6. Канафьева А.В. Риторическое высказывание: форма, семантика, функции. М.: МГОУ, 2011. 200 с.
7. Орехова Е.Н. О субъективной модальности газетного текста //Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2009. № 2. С. 61-65.