

ТИПЫ МОДАЛЬНОСТИ И ИНТЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ МЕДИАДИСКУРСА

Рассматривая категории дискурса, следует, на наш взгляд, признать, что к ним принадлежат и все категории текста как результата дискурсивного процесса. Вместе с тем среди категорий текста можно выделить и ряд таких, которые являются, по своей сути, дискурсивными, поскольку они актуализируются именно в процессе создания или порождения текста, то есть в дискурсе. Это интенциональность, информативность, тематическое единство, когерентность, модальность, адресованность, образ автора. В настоящей работе в качестве предмета исследования избраны две коммуникативно-прагматические категории дискурса – интенциональность и модальность, которые рассматриваются с точки зрения их языковой реализации в медиадискурсе на английском и белорусском языках в контрастивно-типологическом аспекте.

Под интенциональностью понимается глобальная целеустановка адресанта, т.е. типовая цель, характерная для того или иного дискурсивного жанра. Эта цель реализуется в семантической структуре дискурса, коммуникативных стратегиях, тактиках и языковых средствах их реализации. В настоящей работе главное внимание уделяется тому, как модальные единицы участвуют в достижении основных интенций автора дискурса. При этом учитываются два типа модальности: субъективная и иллокутивная. Под субъективной модальностью понимаются значения, которые выражают отношение говорящего к тому, что он сообщает, например, желательность, гипотетичность, сомнение, необходимость, возможность и др. К иллокутивной модальности мы относим значения утверждения, побуждения и вопроса, которые реализуются соответствующими типами высказываний. В традиционной грамматике, как в английской, так и в русской, это классификация высказываний по коммуникативной цели.

Материалом исследования служат аналитические статьи проблемного характера из белорусской и американской прессы. Как показал проведенный ранее анализ, данный медиажанр на английском и белорусском языках обладает сходной прототипической структурой, которая включает компоненты *сущность проблемы* и *пути ее разрешения*, распадающиеся в дискурсе на ряд более конкретных составляющих. Анализ данного жанра с точки зрения его интенциональности показал, что ведущей авторской интенцией является «поиск путей разрешения сложившейся проблемной ситуации» на основе рассмотрения мнений ее участников, а также представителей государственных, частных и общественных организаций. Таким образом, интенциональность проблемного медиадискурса непосредственно связана с его прототипической структурой, а именно со вторым компонентом.

В отличие от композиции, суперструктурные компоненты не всегда реализуются в дискурсе в строгой последовательности: они могут быть представлены недискретно в различных композиционных частях. Так, хотя определение путей разрешения проблемной ситуации обычно следует за анализом ее причин, тем не менее ведущая авторская интенция может быть заявлена уже в заголовке, подзаголовке или в лиде статьи, и здесь могут использоваться единицы, реализующие как субъективный, так и иллокутивный тип модальности. При этом особенно эффективны с точки зрения поиска путей разрешения проблемы вопросы и императивы: *Buy stocks, sell bonds?* (USA Today, 10.08.2012); *Eyman's suggestion: **Make** cuts elsewhere* (The Seattle Times, 19.10.2009); *Што трэба для гаранты бяспекі?* (Звязда, 21.02.2017); *Чаму амаладжэнне навуковых кадраў прынцыпова важнае?* (Звязда, 24.11.2017). Следует отметить, что вопросы, выражая иллокутивную модальность, одновременно являются и эффективным стилистическим средством, приглашающим адресата к размышлениям и прочтению всей статьи.

Заголовки, оформленные в виде интеррогативных высказываний, более характерны для белорусского дискурса. Кроме того, они нередко употребляются и в названиях структурных частей основного корпуса статьи, что также более характерно для белорусской прессы. Например, в статье о проблемах вузовского обучения, озаглавленной *Як маналог пераўтварыць у дыялог?* (Чырвоная змена, 15.02.2018), есть основной подзаголовок: *Чаму шмат ведаў – не сінонім поспеху?* А в другом подзаголовке есть ответ на то, как решить проблему: *Не даць веды, а арганізаваць іх пошук* (имплицированное модальное значение необходимости).

В американском проблемном дискурсе модальные единицы необходимости (*need, must, have to, should*), сигнализирующие о способах решения поставленной проблемы, нередко встречаются в сильных позициях статьи (заголовках, подзаголовках, лиде): *Washington state's education system **must change** in big ways – and it will, partly by stick and potentially by choice* (The Seattle Times, 14.10.2012). Модальный глагол *must* делает высказывание категоричным; можно предположить, что по этой причине его эквивалент в белорусском языке – предикатив *навінен* – редко встречается в сильных позициях проблемной статьи.

Однако в большинстве проанализированных статей их глобальная установка последовательно раскрывается в ходе обсуждения путей решения проблемы представителями различных государственных, общественных и частных организаций. Их мнения приводятся в структурах прямой и косвенной речи, в которых нередко присутствуют модальные единицы необходимости и возможности. При этом большинство таких единиц встречается одинаково часто как в журналистском дискурсе, так и в дискурсе других коммуникантов: *Schools and youth groups **should work** to make young adults more aware of how to ace a personality test* (USA Today, 05.06.2015); *Аспірантура прызначана толькі для тых, каму ёсць куды рухацца і гэта **трэба** даводзіць да моладзі* (Звязда, 24.11.2017); *З дапамогай эўрыстычных заданняў найбольш эфектыўна **можна** вырашацца, на мой погляд, праблема «заштампаванасці» мыслення* (Чырвоная змена, 15.02.2018).

В белорусскоязычном проблемном дискурсе модальный предикатив *павінен*, имеющий оттенок категоричности, чаще встречается в не-авторском дискурсе: *І галоўнае, клопатам наймальніка павінны стаць пастаянныя медагледы членаў <...> працоўнага калектыву* (Звязда, 11.04.2018). Чтобы смягчить категоричность, автор статьи, высказывая собственное мнение, использует структуры с местоимением *мы*, тем самым включая и себя в число тех, кто должен предпринять те или иные действия для решения обсуждаемой проблемы.

В проблемном медиадискурсе на двух языках используются модальные единицы со значением возможности, когда рассматриваются альтернативные действия и их последствия: *For individuals, Hewlett says one of the key steps you can take <...> between conformity and authenticity is to decide what is negotiable and what is not* (The Seattle Times, 20.07.2014); *Як не з кожнага можна выхаваць алімпійскага чэмпіёна, так і не кожнаму суджана стаць вучоным ...* (Звязда, 24.11.2017).

В заключительном абзаце, если в нем дается авторское обобщение всех высказанных точек зрения, наиболее четко вербализуется интенциональность рассматриваемого медиажанра, и в нем нередко присутствуют модальные единицы возможности и/или необходимости, а также императивы: *We need to raise our expectations for ourselves and our society, not lower them* (The Seattle Times, 21.09.2010); *Калі студэнт дакладна ведае, чаго ён хоча, то няхай дзейнічае! Не трэба баяцца перамен, трэба імкнуцца быць шчаслівым!* (Чырвоная змена, 15.02.2018).

Подводя итоги, отметим основные различия в употреблении единиц, реализующих субъективную и иллокутивную модальность в проблемных статьях американской и белорусской прессы: 1) более широкое употребление вопросов, реализующих иллокутивную модальность в сильных позициях проблемной статьи на белорусском языке, что повышает экспрессивность дискурса; 2) различия в частеречных характеристиках модальных единиц необходимости (в англоязычном дискурсе преобладают модальные глаголы, а в белорусском – модальные наречия), что связано с системными отличиями рассматриваемых языков.

Д. Ю. Матиевская

ДЕТСКАЯ ТЕЛЕПЕРЕДАЧА КАК ЖАНР РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДИДАКТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В современном мире СМИ оказывают огромное влияние на формирование концептуальной картины мира общества в целом и детей в частности. Дети как никто иной подвержены вербальному и невербальному воздействию медиадискурса. В рамках детских белорусскоязычных телепередач («Калыханка» и «Дабраранак») и англоязычных телепередач («Barney and Friends», «Sesame Street» и др.), которые являются предметом исследования, формиру-