

УДК 811.161.1:161.26

А. И. Александрова, С. Л. Васильев

**РОЛЬ ЭКСПЛИКАТОРОВ МОДАЛЬНЫХ ЗНАЧЕНИЙ
В ПОСТРОЕНИИ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА
(НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ ЗАМЕТОК)**

Рассматриваются экспликативные модальности и уточняющей ее ситуативной модальности (возможности, необходимости, желательности). На материале современных российских газет демонстрируется специфика экспликации значения объективной модаль-

© Александрова А. И., Васильев С. Л., 2013

Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 8. С. 24 – 29.



ности формами изъявительного наклонения настоящего, прошедшего и будущего времени. Выражение значений ситуативной модальности связывается с употреблением модальных глаголов, предикативов в сочетании с зависимым инфинитивом и конструкций с прямой речью.

Texts from modern Russian newspapers are used to demonstrate the specific features of explication of objective modality meaning through the forms of indicative mood of the present, past, and future tenses. The expression of situational modality is related to the use of modal verbs and predicatives in combination with a dependent infinitive and direct speech structure. The author examines the explicators of objective modality and specifying situational modality (possibility, necessity, and desirability).

Ключевые слова: объективная модальность, ситуативная модальность, новостная заметка, газетный заголовок.

Key words: objective modality, situational modality, news item, newspaper headline.

Современные тексты средств массовой информации представляют собой «"сплав" всего спектра функциональных стилей языка» [1, с. 96], вид дискурсивной деятельности, который выявляет новую коммуникативно-когнитивную функцию языка [5, с. 156]. При этом традиционное представление газетного текста как информационного и одновременно воздействующего типа дискурса, направленного на передачу новых социально значимых и полезных сведений, осложняется его коммуникативными характеристиками. Именно поэтому материалы СМИ особенно интересны с точки зрения их организации [1].

Специфика отбора языковых средств на газетной полосе характеризуется ориентацией журналиста на разнообразную в коммуникативном плане аудиторию. Как справедливо отмечает Н. М. Вахтель, «именно автор-журналист, руководствуясь желанием воздействовать на читателя, определяет способ речевой организации своего материала. Существенно, что он имеет право на домысел, но не искажающий факты» [3, с. 8]. Между тем авторская модальность может выражаться и в способе подачи материала, и в единой структуре текста, и в манере озаглавливания.

Категорию модальности по отношению к газетным текстам вполне можно считать доминантной, потому что с ее помощью осуществляется системная организация всех основных параметров публицистического стиля, его специфических и наиболее вероятных и прогнозируемых средств. В этой связи вполне закономерен тот факт, что в газетных текстах активно представлены все виды модальности. Однако их состав в рамках различных газетно-публицистических жанров неоднороден, что является следствием их функциональной специфики. Так, например, авторская модальность в новостных текстах современных российских газет проявляется всегда, но степень выраженности позиции автора здесь максимально снижена, что обусловлено информационной целевой установкой новостных заметок (сообщение об определенных фактах, явлениях, событиях). При этом объективная модальность и уточняющая ее ситуативная модальность (возможность, необходи-



мость, желательность), раскрывая положение дел, описываемое в публикации, образуют пропозициональный «фундамент» текста, а субъективная модальность, указывающая на степень достоверности передаваемой информации и направленная на выражение авторских интенций, — прагматическая «надстройка» данного текста, что в целом и характерно для газетно-публицистического дискурса. Что же касается аналитических материалов, в которых позиция автора достаточно отчетливо прослеживается через призму обширной системы языковых средств, то здесь авторская модальность, соединяющая в единое целое все структурные компоненты текста, служит неотъемлемым текстообразующим признаком. При этом пропозициональная и прагматическая модальность представлены в аналитических текстах иначе, чем в новостных заметках, поскольку на первый план в них выступает воздействующая функция: автор, оценивая те или иные аспекты социально значимых проблем, стремится убедить целевую аудиторию в их важности.

В рамках данной статьи рассматриваются заголовки новостных заметок современных российских газет «Комсомольская правда» и «Российская газета». Новостные заметки в «Российской газете» преимущественно располагаются в рубриках «Темы недели», «В мире», «Северо-Запад. Информация / Репортер / События», в «Комсомольской правде» — в рубриках «Новости 24», «Картина дня» и др.

Общеизвестно, что заголовок выполняет важнейшую структурообразующую функцию газетного текста, ибо «это не только первый элемент сообщения, но и первый элемент восприятия» [4, с. 93]. Именно от него во многом зависит, захочет ли реципиент прочитать публикацию или вовсе не обратит на нее внимания. «Высказывание в позиции газетного заголовка способно нести содержательную и логически завершенную информацию, понятную и без прочтения текста под ним, причем оно является речевым актом, выражающим определенные авторские целеполагания» [3, с. 30], составляющие важный содержательный фрагмент языковой категории модальности.

Поскольку характер заголовка в существенной мере зависит от жанра публикации [6; 7; 9], то в материалах информационных жанров доминирующей функцией становится функция сообщения, то есть информирование о содержании, что, в свою очередь, выражается в частом использовании двусоставных предложений в заглавиях, которые позволяют более полно описать ситуацию, ставшую предметом новости. Модальную основу заголовков газетных текстов подобного рода составляет объективная модальность, реализующая объективно-модальное значение реальности. Грамматическим средством экспликации данного значения служит изъявительное наклонение, выступающее преимущественно в формах настоящего и прошедшего времени, что обеспечивает реальность сообщаемой газетной информации о том, что случилось, произошло или есть на самом деле. Изъявительное наклонение используется в качестве базового элемента в общей структуре наклонения и имеет определенное положительно сформулированное парадигматическое модальное значение «действительная связь» + «простая достоверность», которое функционирует в пространственно-временной со-



отнесенности события и коммуникативной ситуации. Например: «Больной сам выберет себе врача. Деньги *идут* за пациентом» (РГ, 25.11.2010); «“Газпром” *предлагает* Украине газ по \$ 450 за тысячу кубометров. Киев *считает*, что это грабеж» (КП, 05.01.2009); «Бактерия *убивает* только женщин» (РГ, 26.05.2011); «Петербургские власти *ищут* “Охта-центру” новое место. Мыс для небоскреба» (РГ, 09.12.2010); «В смерти людей от кишечной инфекции теперь *обвиняют* пророченную сою» (КП, 06.06.2011); «Анонимки *не рассматриваются*» (РГ, 24.09.2009); «Спецназ *скорбит*. Премьер Путин *почтил* память погибших в Чечне» (РГ, 11.02.2010); «Премьер *вступился* за отечественного зрителя. Вот такое кино» (РГ, 03.02.2011); «Президент *принял* граждан онлайн. Вышли на связь» (РГ, 25.11.2010); «Президент *подтянулся* сам и *пообещал* подтянуть все школы» (КП Кал-д, 03.12.2010); «В Египте *поймали* акулу, покусавшую российских туристов» (КП Кал-д, 03.12.2010); «Ошибочка *вышла*» (РГ, 02.12.2010); «Президент и премьер *встретились* в Сочи. В четыре руки» (РГ, 09.12.2010); «Владимир Путин *слетал* на Дальний Восток. Близкие дальние» (Там же).

Вместе с тем в ряде случаев сказуемое в высказываниях газетного заголовка новостной заметки выражается формами глаголов в будущем времени, с помощью которых передается информация об обещаниях третьих лиц, о принятых ими решениях, о планируемых ими действиях. Как отмечает Н.М. Вахтель, «автор таких заголовков является, как правило, интерпретатором и ретранслятором обещаний, разного рода решений каких-либо организаций или властных структур о разрешениях и запретах» [3, с. 64–65]. Например: «Студенты НАО *будут учиться* онлайн. Особенности автономного образования» (РГ, 12.05.2011); «Депутаты и сенаторы *будут отчитываться* о доходах своих жен и детей» (КП Кал-д, 04.12.2010); «На пострадавших от засухи *прольют* кредиты. Обезвоженные» (РГ, 15.07.2010); «Эрмитаж *отметит* свой день рождения открытием новых выставок. Алтайский предок» (РГ, 09.12.2010); «Многодетные семьи *получат* участки уже в 2011 году» (КП Кал-д, 04.12.2010); «С 1 июля *изменяются* требования к автомобильной аптечке. В путь без валидола» (РГ, 17.06.2010); «Абхазам *заменяют* российские паспорта» (КП, 13.05.2009).

Значения ситуативной модальности, «расшифровывающие» объективную модальность с точки зрения возможности, необходимости и желательности соответствующего положения дел, весьма последовательно реализуются с помощью модальных глаголов и предикативов в сочетании с зависимым инфинитивом, при этом авторы заголовков используют ядерные экспликативы данных значений: глаголы *мочь* (и его префиксальный дериват *смочь*), *хотеть*, *желать*; такие предикативы, как *можно*, *необходимо*, *нужно*, *должен*, *готов*, *намерен* — что позволяет им точно и емко передать суть факта, однозначно охарактеризовать ситуацию. Например: «Прокуратура *может аннулировать* иск к Стросс-Кану» (КП, 21.08.2011); «Каждая четвертая семья *сможет купить* квартиру. Дежурная ипотека» (РГ, 19.08.2010); «В Калининграде *могут запретить* продажу энергетических напитков» (КП, 05.09.2009); «Материнский капитал теперь *можно потратить* на стройку своими руками. Строим са-



ми» (РГ, 05.08.2010); «Техосмотр *должен стоить* не дороже 1000 рублей» (КП, 10.07.2011); «На Украине *хотят упразднить* техосмотр» (РГ, 21.04.2011); «ОАО “Мурманское морское пароходство” *опять не желает помочь* Счетной палате» (КП, 13.03.2009); «Жажущие славы террористы *хотели взорвать* мечеть на Поклонной горе» (КП, 26.01.2009); «Минпром Челябинской области *готов заплатить* 25 млн. руб. за компьютерную программу» (КП, 04.02.2011); «Президент *намерен защитить* детей от сексуального насилия. Уроки химией» (РГ, 12.05.2011).

В новостных газетных заголовках весьма часто данные модальные значения оформляются с помощью прямой речи, которая усиливает эффект достоверности и документальности [8, с. 155], объективности и точности изложения события или факта, являющегося непосредственным атрибутом информационных жанров. Например: «Путин *требует обеспечить* безопасность шахтеров. “Один кайфует, десятки рискуют”» (РГ, 20.05.2010); «Владимир Путин: “Удовольствие *надо получать* от жизни...”» (КП, 13.07.2009); «Доктор Рошаль: “*Руководить* медициной в стране *должен* профессиональный врач”» (КП, 25.05.2011). При этом в газетно-публицистическом дискурсе обычно кавычки опускаются, а прямая речь графически не выделяется из авторского контекста. Например: «Минфин: Бензин *не должен был подорожать* более чем на 1,5 рубля» (КП, 08.02.2011); «Дмитрий Медведев: “Мы все *должны учиться отдыхать*”» (КП, 12.01.2009); «Отец выжившей пассажирки “Аэробуса”: *Никогда бы не поверил, что она сможет спастись* в такой ситуации!» (КП, 01.07.2009); «Барак Обама: Израиль *должен смотреть правде* в глаза!» (КП, 20.05.2011); «Путин: Административные здания *следует приспособить* для инвалидов как можно быстрее» (КП, 19.08.2011).

Подобные заголовки свидетельствуют о тенденции к обнажению, усилению информативной функции новостной заметки. При этом важно отметить, что первостепенной задачей для автора является передача достоверной информации о конкретном факте, причем отбор языковых, в том числе и модальных, средств делается в строгом соответствии с общей установкой на максимально объективное и точное изложение материала.

Список сокращений

КП – «Комсомольская правда».

КП Кал-д – «Комсомольская правда – Калининград».

РГ – «Российская газета».

Список литературы

1. Александрова О. В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 89–99.

2. Ваулина С. С. К вопросу о структурно-содержательной природе языковой модальности (от модальности предложения к модальности текста) // Вестник Калининградского государственного университета. 2004. №1. С. 12–20.



3. Вахтель Н.М. Высказывания в позиции газетного заголовка: семантика и прагматика. Воронеж, 2004.

4. Кайда Л.Г. Эффективность публицистического текста. М., 1989.

5. Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2004. Ч. 2. С. 126–159.

6. Мужев В.С. О функциях заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. М., 1970. Вып. 55. С. 86–94.

7. Ноздрина Л.А. Заглавие текста // Грамматика и смысловые категории текста : сб. науч. тр. МГИИ им. М. Тореца. М., 1982. Вып. 189. С. 183–200.

8. Редькина Т.Ю. Чужая речь в средствах массовой информации // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. СПб., 2007. С. 144–178.

9. Турчинская Э.И. Заголовок как особый тип высказывания // Структурно-семантические единицы текста (на сопоставительной основе французского и русского языков) : сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. М., 1986. Вып. 267. С. 97–116.

Об авторах

Арина Игоревна Александрова — канд. филол. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канга, Калининград.

E-mail: lion.09@rambler.ru

Сергей Леонидович Васильев — д-р филол. наук, проф., Балтийский федеральный университет им. И. Канга, Калининград.

E-mail: wasiljewsl@mail.ru

About the authors

Dr Arina Aleksandrova, Ass. Prof., I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: lion.09@rambler.ru

Prof. Sergey Vasilyev, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: wasiljewsl@mail.ru