

Категория модальности как компонент убеждающей коммуникации в англоязычном художественном дискурсе

Бобылева Л.И.

Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова», Витебск

Язык является не только средством общения, но и воздействия на сознание человека.

Цель статьи – выявление и типологизация языковых средств маркирования категории модальности в контексте убеждающей коммуникации в англоязычной художественной литературе.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили следующие литературные произведения: «Необыкновенная история» Л. Армстронг, «Третий» Г. Грина, «Трое в одной лодке, не считая собаки» Дж. К. Джерома, «Луна и грош» С. Моэма, «Улица Ангела» Дж. Пристли.

Были использованы методы дискурс-анализа, контекстуального анализа, сплошной выборки, описательно-аналитический метод.

Результаты и их обсуждение. В англоязычном художественном дискурсе можно выделить два аспекта модальных отношений: объективную модальность и субъективную модальность. Субъективная модальность имеет следующие подтипы: алетический, деонтический, эпистемический, оптативный.

Заключение. Языковые средства маркирования категории модальности в англоязычной художественной литературе характеризуются большой вариативностью. Определяющими факторами их использования являются осознание коммуникативной цели, анализ социального контекста и выбор модальных средств убеждения в соответствии с ситуацией общения.

Ключевые слова: модальность, убеждение, языковые средства, вариативность, социальный контекст.

(Ученые записки. – 2024. – Том 39. – С. 139–143)

The Category of Modality as a Component of Persuasive Communication in English Literary Discourse

Bobyleva L.I.

Education Establishment "Vitebsk State P.M. Masherov University", Vitebsk

Language is not only a means of communication, but also an impact on the person's consciousness.

The aim of the article is the identification and typology of language means of modality category marking in the context of persuasive communication in English fiction.

Material and methods. The material for the study was the following works: "An Unusual Affair" by L. Armstrong, "The Third Man" by G. Greene, "Three Man in a Boat to Say Nothing of the Dog" by J.K. Jerome, "The Moon and Sixpence" by S.W. Maugham, "Angel Pavement" by J.B. Priestley.

We used the methods of discourse analysis, contextual analysis, continuous sampling, and a descriptive-analytical method.

Findings and their discussion. There are two aspects of modality relationships in English literary discourse: objective modality and subjective modality. Subjective modality has the following subtypes: alethic, deontic, epistemic, optative.

Conclusion. Language means of modality category marking in English fiction are characterized by great variability. The determining factor of their use is communicative aim awareness, a social context analysis, and a persuasive modality means choice in accordance with the communication situation.

Key words: modality, persuasion, language means, variability, social context.

(Scientific notes. – 2024. – Vol. 39. – P. 139–143)

В жизни современного общества изучение условий использования языковых категорий в зависимости от стиля и характера общения заслуживает особого внимания. Язык является не только средством общения, но и инструментарием воздействия на сознание и деятельность людей. Чтобы адекватно решать задачи коммуникации, важно уметь выбирать средства языковой системы и преобразовывать их в соответствии с социолингвистической ситуацией.

В теории убеждающей коммуникации можно выделить ряд моделей убеждения. К их числу относятся модели К. Ховланда, Р. Петти и Дж. Качоппо, У. МакГайра, Х. Келмана.

К. Ховланд, один из основателей Йельской школы убеждающей коммуникации, являясь необихевиористом, декларировал модель «стимул – реакция», где под стимулом понимаются характеристики сообщения, а реакция выступает как результат воздействия с учетом «имплицитных конструкторов» (предрасположенность реципиентов к принятию информации, их эмоциональное состояние, внимание, понимание) [1].

Р. Петти и Дж. Качоппо являются авторами вероятностной модели анализа информации, в которой выделяются два пути убеждения – центральный и периферийный. Первый путь предполагает использование веских аргументов, доказательств, фактов, второй путь воздействует на подсознание человека, его эмоциональное состояние.

У. МакГайр разработал детализированную модель, включающую пять ступеней: внимание, понимание информации, принятие, сохранение, поведение [2, с. 51–52]. При этом автор подчеркивает, что наличие высокого уровня интеллекта у реципиента способствует концентрации внимания и проведению анализа аргументов и фактов, что проявляется в большей устойчивости к изменению его убеждений.

Х. Келман придает особое значение социальному воздействию на человека с учетом условий коммуникации, мотивации убеждения, психологических особенностей реципиента. Он выделяет следующие процессы убеждения: согласие (принятие без личной убежденности), идентификация (вера в справедливость и правомерность сообщения) и интернализация (включение информации в собственную систему установок и принципов убеждаемого) [3, с. 101].

Данные модели позволяют организовать процесс убеждения, исходя из целей воздействия, предполагаемых реакций реципиента, его интеллектуального уровня, результативных методов и вербальных средств влияния.

Основоположником лингвистической теории модальности считается французский лингвист Ш. Балли, декларировавший наличие в любом высказывании двух компонентов – диктума (основное содержание) и модума (модальное ментальное или эмоциональное отношение говорящего к диктуму) [4, с. 185]. В отечественном языкознании концепция модальности была впервые разработана академиком В.В. Виноградовым,

согласно которой модальность является семантической категорией, отражающей отношение содержания высказывания к действительности, устанавливаемое с точки зрения говорящего [5, с. 56].

Целью нашего исследования является выявление и типологизация языковых средств маркирования категории модальности в контексте убеждающей коммуникации в англоязычной художественной литературе.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили следующие литературные произведения: «Необыкновенная история» Л. Армстронг, «Третий» Г. Грина, «Трое в одной лодке, не считая собаки» Дж.К. Джерома, «Луна и грош» С. Моэма, «Улица Ангела» Дж. Пристли.

Были использованы методы дискурс-анализа, контекстуального анализа, сплошной выборки, описательно-аналитический метод.

Результаты и их обсуждение. В процессе исследования было выделено два аспекта модальных отношений: 1) объективная модальность (определение говорящим высказывания как реального/нереального); 2) субъективная модальность (выражение личной оценки окружающей действительности). Субъективная модальность очень вариативна, в этой связи необходимо выделить ее следующих подтипов:

1. Алетическая модальность (от гр. *aletheia* – «истина»), декларирующая высказывания как потенциально выполнимые или неосуществимые.

2. Деонтическая модальность (от гр. *deon* – «долг»), идентифицирующая высказывания как допустимые или недозволенные.

3. Эпистемическая модальность (от гр. *episteme* – «знание»), детерминирующая высказывания как вероятные или невероятные на основе имеющейся у говорящего информации.

4. Оптативная модальность, характеризующая действия как желательные или нежелательные с позиции высказывающегося.

Как показал анализ указанных выше англоязычных литературных произведений, модальность может выражаться грамматическими, лексическими, синтаксическими и композиционными средствами в зависимости от цели общения, личной позиции говорящего, степени его убежденности, а также ряда других факторов.

В рассмотренных нами художественных произведениях для обозначения объективной модальности используются формы изъявительного, повелительного или сослагательного наклонения глагола. Изъявительное и повелительное наклонения определяют высказывание как реальное, в то время как сослагательное наклонение трактует действие как ирреальное или маловероятное.

Анализ речевой тактики убеждения дал основание утверждать, что в выражении воздействия на собеседника на основе реальных фактов с целью аргументации преобладает изъявительное или повелительное наклонение.

Например: “*We will have a boat with a cover. It is ever so much simpler and more comfortable*” [6, p. 33].

“*Don't go spending all your time taking the girls out in it. Give your mother a chance*” [8, p. 71].

В убеждающей речи часто употребляются условные предложения типа I, которые позволяют объективизировать сообщение на основе логично взаимообусловленных фактов, взаимосвязанной последовательности причин и последствий, что в итоге оказывает воздействие на сознание собеседника. Например:

“*Will you tell her how sorry I am? If there's anything I can do, I shall be delighted to do it*” [9, p. 44].

Для выражения объективной модальности ирреального или маловероятного характера в английском языке используются формы сослагательного наклонения глаголов. Систему английского сослагательного наклонения (*Subjunctive Mood*) следует рассматривать в комплексе, принимая во внимание специфику каждого ее типа.

Так, сослагательное наклонение первого типа (*Subjunctive I*) декларирует действия как проблематичные, но не противоречащие действительности, и используется для передачи совета, волеизъявления, неперенности воздействия. В англоязычном художественном дискурсе данный тип наклонения встречается в лозунгах и пожеланиях, но особенно высокая частотность употребления *Subjunctive I* наблюдается в устойчивых выражениях типа *be it so* (да будет так), *far be it from me* (у меня и в мыслях не было), *God forbid* (Боже упаси) и др. Грамматическая форма данного типа совпадает с формой инфинитива английского глагола и относится к действиям в настоящем или будущем времени. Например:

“*God bless me*”, she said as she scanned the letter. “*It's from Ali Ruzak. We studied together at Sydney University*” [10, p. 166].

Сослагательное наклонение второго типа (*Subjunctive II*) используется для выражения действий, абсолютно противоречащих действительности, при этом убеждение может относиться к настоящему/будущему времени с использованием формы глагола, имеющей одинаковое написание и звучание с формой прошедшего неопределенного или прошедшего продолженного времени (*the Past Indefinite or the Past Continuous*), или выражать прошедшее действие посредством глагольной формы, омонимичной прошедшему совершенному или прошедшему совершенному длительному времени (*the Past Perfect or the Past Perfect Continuous*). Например:

“*She'd spent the week in a cheap motel working on her thesis as if her life depended on it*” [10, p. 176].

Третий тип сослагательного наклонения (*Subjunctive III*) обозначает проблематичные действия, не противоречащие, однако, реальной ситуации. Грамматически данный тип сослагательного наклонения строится по модели *should+Indefinite/Continuous Infinitive*, если действие относится к настоящему/будущему времени, и аналитической структуры *should+Perfect/*

Perfect Continuous Infinitive для соотнесения сообщения с прошедшим временем. В убеждающей коммуникации *Subjunctive III* особенно часто встречается в сложноподчиненных предложениях для обозначения необходимости, важности, рациональности действия. Например:

“*I think it's terrible that she should have been deprived of it in that cruel way*” [9, p. 153].

Сослагательное наклонение четвертого типа (*Subjunctive IV*), или условное наклонение II, характеризует действия, которые не могут произойти в силу отсутствия соответствующих условий. Структурно *Subjunctive IV* представлен посредством вспомогательных глаголов *would/should* и инфинитива смыслового глагола в форме *Indefinite/Continuous* (если действие относится к настоящему/будущему времени) или в форме *Perfect/Perfect Continuous* (если действие рассматривается в рамках прошедшего времени). Например:

“*Murdered?*” said Herr Koch. “*I would not have asked you in here if I had thought you would talk such nonsense*” [7, p. 47].

Анализ вышеупомянутых источников показал, что для выражения субъективной модальности в убеждающей коммуникации используются модальные глаголы, а также ряд смысловых глаголов и словосочетаний, имеющих модальное значение. Их выбор обусловлен целью высказывания и модальными особенностями убеждения. Так, алетическая модальность, декларирующая возможность выполнения действий в зависимости от сложившейся ситуации, выражается в англоязычном художественном дискурсе посредством модальных глаголов *can/could, may/might*, а также ряда прилагательных, указывающих на степень осуществимости действия, таких как *admissible/inadmissible, plausible/implausible, possible/impossible, potential/impotential, probable/improbable, thinkable/unthinkable, hypothetical* и др. Например:

“*It was possible, of course, that Lime had not died so unexpectedly*” [7, p. 47].

“*I just couldn't visualize letting you go. I still can't; that's why I'm here*” [10, p. 180].

Деонтическая модальность устанавливает определенную норму поведения и декларирует разрешение/запрет на выполнение действия или долженствование по отношению к нему. Она может иметь различные семантические оттенки: приказ, команда, правила поведения, совет, пожелание. Цель деонтической модальности заключается в авторитарной позиции автора и усиленном воздействии на адресата. Данная модальность отличается многообразием средств презентации и высокой частотностью употребления в английском художественном дискурсе.

Так, если модальный глагол *may/might* обозначает разрешение, то *must* в утвердительной форме передает ярко выраженное императивное обязательство, а в отрицательной – запрет. Последнее значение может быть также передано отрицательной формой *may not* или *can't* (запрет в силу существующих законов или правил).

Например: *"I put thirty-five as the utmost limit at which a man might fall in love without making a fool of himself"* [9, p. 42].

"We must get together today and work out a programme for you. We must agree on what you are going to speak about" [7, p. 48].

"However, go on, my dear. Mustn't interrupt" [8, p. 67].

"Hang it all, one can't leave a woman without a bob" [9, p. 58].

Лингвистическим оператором выражения совета является модальный глагол *should*; морального долга, необходимости соблюдения этических норм поведения – *ought to*:

"He said we should have fresh air, exercise and quiet; the constant change of scene ... make us sleep well" [6, p. 19].

"They ought to give you the job, and then there'd be plenty" [8, p. 67].

Так называемое «вынужденное» долженствование, вызванное стечением обстоятельств, передается посредством *have to*: *"You don't care if she and your children have to beg their bread?"* [9, p. 63].

Долженствование, имеющее статус предписания, плана, приказа, обусловленного сводом законов или правил, выражается с помощью *to be to*: *"Harris was to sleep with us that night, and we went upstairs"* [6, p. 47].

Функцией деонтической модальности может быть не только нормирование поведения адресата, но и оценивание его действия. В этой связи широко используется модальный глагол *might* (упрек), *should+Perfect Infinitive* (сожаление по поводу невыполненного совета), *ought to+Perfect Infinitive*

(негодование в связи с нарушением морально-этических норм). Например:

"It was under your nose, you might have seen it" [7, p. 67].

"You really should have told me, Rachel, that might have been your swansong" [10, p. 172].

"Did you think him a gentleman? She ought never to have married him" [9, p. 45].

К лексическим средствам деонтической модальности относятся так называемые «интенсификаторы» типа *absolutely, compulsory, desirable, obligatory, preferable, prescribed, required, have nothing better* и др.: *"I ought to go with him. So I did. I'd nothing better to do"* [8, p. 16].

Языковые операторы эпистемической модальности отражают различную степень достоверности/недостоверности сообщаемого, при этом достоверность подтверждается определенной доказательной базой, а недостоверность, соответственно, представлена как информация, не имеющая убедительного обоснования. Эпистемическая модальность тесно связана с выражением уверенности или сомнения говорящего в факте реальности, оценкой ситуации.

Как показали результаты проведенного нами исследования, средства выражения эпистемической модальности характеризуются большим разнообразием. Сомнение в достоверности информации может быть передано с помощью модальных глаголов *may/might+Indefinite/*

Continuous Infinitive, если действие относится к настоящему/будущему времени, и структурой *may/might+Perfect/Perfect Continuous Infinitive* для выражения неуверенности по отношению к прошедшему событию. В данном контексте вышеназванные операторы указывают на большую степень неопределенности в связи с отсутствием аргументов и, как правило, переводятся на русский язык как «возможно», «может быть».

"They might have lied to keep a friend out of trouble – if he was a friend" [7, p. 57].

В отрицательных и вопросительных предложениях не менее высокий уровень недоверия к правдоподобности информации и вызванное в этой связи сомнение передаются посредством модального глагола *can/could+Indefinite/Continuous Infinitive* для соотнесения ситуации с настоящим временем и *can/could+Perfect/Perfect Continuous Infinitive* для выражения прошедшего времени.

"I thought I couldn't have made any, because it wasn't there" [8, p. 63].

Наибольшая степень уверенности говорящего выражается посредством модального глагола *must+Indefinite/Continuous Infinitive*, если действие относится к настоящему/будущему времени, и *must+Perfect/Perfect Continuous Infinitive* для соотнесения сообщения с прошедшим временем. В данном значении указанный модальный глагол употребляется в англоязычном дискурсе только в утвердительных и вопросительных предложениях и переводится на русский язык как «очевидно», «наверняка».

"It must be reassuring to you to know that you certainly run no risk of incurring the resentment of the women you come in contact with" [9, p. 150].

В отрицательных предложениях указанную функцию *must* выполняют вводные модальные слова *certainly, evidently, obviously, probably, really, undoubtedly* и др., которые также могут встречаться и в других видах высказывания (утвердительных, вопросительных).

Эпистемическая модальность, направленная на поддержку достоверности информации, может быть выражена с помощью наречий *absolutely, inevitably, manifestly, visibly* и др, а также синтаксических структур типа *to be sure, to be certain, to be safe to say, to be in point of fact, to be common knowledge* и др.:

"It's absolutely safe. You are the only one who I'm going to tell" [7, p. 93].

Оптимативная модальность характеризует действия как желательные/нежелательные с позиции высказывающегося, при этом убеждение часто опирается на конкретную информацию.

Этот подтип модальности передается посредством выражений *had better, would rather*, а также моделей с прилагательными *(dis)advantageous, (un)desirable, exclusive, preferable, superior* и им подобными. Широко используются наречия *happily/unhappily, fortunately/unfortunately, luckily/unluckily* и др., выражающие одобрение или осуждение.

"You'd better get another typist to help Miss Matfield – a young girl will do – as soon as possible" [8, p. 80].

К лексико-синтаксическим средствам выражения оптативной модальности относятся модели “*I wish+придаточное-дополнительное с глаголом-сказуемым в форме Subjunctive II*”, “*I’d like+Indefinite Infinitive*”, “*Let+Indefinite Infinitive*”, а также структуры *be/may+ Subjunctive I*” (для передачи мольбы или заклинания):

“*I wish I had been a better man and knew more hymns*” [6, p. 104].

“*May all dreams come true, Rachel*” [10, p. 12].

В ходе исследования было выявлено, что языковые операторы оптативной модальности могут служить средством актуализации коммуникативной категории вежливости в просьбах, пожеланиях, приглашениях. В этой связи широко используется в вопросительных предложениях модальные глаголы *may/might* и *could*:

“*Might I come to see you off tomorrow?*” [7, p. 20].

“*Could you use a drink and a meal?*” [10, p. 46].

Заключение. Проведенное исследование позволило выявить основные закономерности использования языковых средств маркирования категории модальности как компонента убеждающей коммуникации в англоязычном художественном дискурсе. Принимая во внимание многочисленность и вариативность операторов модальности, определяющими факторами их применения являются осознание коммуникативно-целевой установки, анализ социального контекста и выбор модальных средств убеждения в соответствии с ситуацией общения. Так, например, модальный глагол *may/might* может обозначать возможность выполнения действий в соответствии со сложившейся ситуацией, разрешение/запрет, просьбу, сомнение в достоверности информации, упрек.

Объективная модальность с целью воздействия на собеседника на основе реальных фактов выражается при помощи форм изъявительного и повелительного наклонения, а также условных предложений типа I. Для выражения объективной модальности ирреального или маловероятного характера в английском языке применяются формы сослагательного наклонения глагола.

Среди средств выражения алетической модальности наиболее частотным является использование глаголов *can/could* (41%), *may/might* (32%); деонтической модальности – глаголов *must* (31%), отрицательной формы *may not* и *can’t* (19%), *have to* (17%), *ought to*

(12%), *should* (10%), *to be to* (3%); эпистемической модальности – глаголов *may/might* (28%), *must* (25%), *can/could* в вопросительных и отрицательных предложениях (21%), вводных модальных слов, наречий и глаголов мыслительной деятельности (26%). Характерной особенностью средств маркирования оптативной модальности является высокая частотность выражений *had better*, *would rather*, а также модели “*I’d like+Indefinite Infinitive*”.

Таким образом, к числу коммуникативных умений, необходимых для реализации убеждения, следует отнести осознание речевой задачи и ситуации общения, адекватное оценивание собеседника, правильный выбор тактического пути и модальных средств воздействия, что в совокупности обеспечит результативность общения.

Литература

1. Hovland, C.I. A Communication Analysis of Concept Learning / C.I. Hovland // *Psychological Review*. – 1952. – № 59(6). – P. 347–350.
2. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект-Пресс, 2014. – 363 с.
3. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Пратканис. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
4. Афанасьева, Ю.С. Алетические и деонтические модальные значения в языке разных структур / Ю.С. Афанасьева // *Вестн. Чуваш. ун-та*. – 2010. – № 4. – С. 185–188.
5. Виноградов, В.В. Избранные труды. Исследования по русской грамматике / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1975. – 560 с.
6. Jerome, J.K. Three Men in a Boat to Say Nothing of the Dog / J.K. Jerome. – Moscow: Foreign Languages Publishing House, 1959. – 227 p.
7. Greene, G. The Third Man / G. Greene. – Copenhagen: Grafisk Forlag, 1968. – 109 p.
8. Priestley, J.B. Angel Pavement / J.B. Priestley. – Moscow: Progress Publishers, 1974. – 504 p.
9. Maugham, S.W. The Moon and Sixpence / S.W. Maugham. – Moscow: Progress Publishers, 1972. – 240 p.
10. Armstrong, L. An Unusual Affair / L. Armstrong. – Richmond: Mills and Boon Limited, 1992. – 188 p.

Поступила в редакцию 29.01.2024