

УДК 811.111'36 (043.3)

Вариативность контекстуальных эмотивов в англоязычных аналитических медиажанрах

И.В. ЛЕШКЕВИЧ

Эмотивность трактуется как семантико-прагматическая категория: присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональные смыслы и отношения говорящих. Устанавливается корреляция между семантическим статусом категории (обязательная/денотативная, факультативная и потенциальная) и типом эмотива. Анализируется вариативность контекстуальных эмотивов (*узальных и окказиональных имплицативов*) в англоязычных аналитических медиажанрах, а также наиболее характерные способы приращения эмосемы: *ситуация, макро- и микроконтексты, экспрессивный синтаксис* и др.

Ключевые слова: эмотивность, контекстуальный эмотив, эмосема, медиажанр, аналитическая статья, контекст.

The paper presents the study of variability of contextual emotives in British and American analytical media genres. The types of contextual emotives as well as the ways of incrementing emosemes to neutral lexemes in English-language analytical articles have been revealed.

Keywords: emotiveness, contextual emotive, emosema, media genre, analytical article, context.

Динамическое развитие таких отраслей языкознания, как аксиологическая, гендерная, коммуникативная лингвистика, анализ дискурса и др., показывает, что ни одно из этих направлений не может обойтись без знаний об эмотивных аспектах языковых, речевых и текстовых единиц. Однако сегодня продолжает ощущаться нехватка научных работ, в которых был бы представлен полностью разработанный терминологический аппарат по лингвистике эмоций; была бы сформулирована окончательная концепция и принципы изучения выражения эмоций в языке и речи, а также охарактеризованы особенности тех сфер употребления языка, где эмотивность играет важное значение.

Данная работа посвящена исследованию особенностей языковой передачи эмоций в аналитических жанрах медиадискурса. Выражение эмоционального состояния – одна из черт, отличающих аналитические медиатексты от информационных. Затрагивая область нерационального восприятия, эмотивность медиатекстов направлена на то, чтобы вызвать у реципиента определенную эмоциональную реакцию, психологический резонанс и посредством чувственного общения предоставить ему более яркую картину рациональной стороны статьи, преподнести концептуальный и эстетический замысел автора в более живой форме. Материалом данного исследования служат 50 аналитических статей из британских и американских периодических изданий за 2019–2020 гг.: «The Observer», «The Guardian», «The New York Times», «USA Today» и др.

Эмотивность определяется в работе как семантико-прагматическая категория – «имманентное свойство языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека через особые единицы языка и речи – эмотивы» [1, с. 5]. Вслед за В.И. Шаховским мы разграничиваем понятия «эмотивность» и «эмоциональность», рассматривая их в рамках понятийно-терминологического аппарата, обслуживающего различные научные дисциплины: лингвистику, с одной стороны, и психологию – с другой. «Эмотивный – то же, что эмоциональный, но о языке, его единицах и их семантике» [2, с. 24]. Признавая связь понятий эмотивности, экспрессивности, оценочности и коннотации, мы их тем не менее дифференцируем. Категория экспрессивности шире категории эмотивности и служит для выделения и усиления формы обозначения объектов и явлений, причем может подчеркиваться как эмоциональное, так и интеллектуально-логическое содержание (Е.М. Галкина-Федорук, Л.А. Пиотровская). Несмотря на обязательное наличие в категории эмотивности оценочного содержания, оценочность является более широким понятием в силу существования неэмотивных, рациональных оценок (Е.М. Вольф, В.Н. Телия).

Дифференцированные выше явления экспрессивности, эмотивности и оценочности в рамках лексической семантики зачастую объединяют в понятие коннотации языковой единицы (Л.Г. Бабенко, И.А. Стернин, В.И. Шаховский), которая противопоставляется денотации. В денотативный макрокомпонент включают предметно- и понятийно-отнесенные типы значений слов, а коннотативный считают дополнительным, уточняющим логико-предметное содержание единиц языка. Поскольку в центре нашего внимания находится категория эмотивности, рассмотрим эмотивный тип значения лексических единиц.

Вопрос о том, что понимать под эмотивным значением единиц языка, долгое время оставался в лингвистике дискуссионным. Так, А.А. Потебня считал все языковые значения способом представления внеязыкового содержания [3]. В данном случае таким содержанием является аффект, а содержанием самого значения – обобщенное отражение этого аффекта в слове. Некоторые ученые возражают против подведения эмотивного значения слова под какое-либо понятие. Например, С.Б. Берлизон определяет эмоциональное значение как «своеобразный компонент смысловой структуры слова, реализующий эмоцию, а не понятие о ней, и позволяющий выражать (но не обязательно вызывать) различные эмоции и эмоциональную оценку» [4, с. 57]. А Ч. Огден, А. Ричардс, У. Эмпсон относят междометия, бранную и ласкательную лексику, инвективы (нецензурные слова) и другую лексику, непосредственно выражающую эмоциональные состояния (без их называния), к непонятной на том основании, что сами эти состояния непонятны [5], [6]. Э.С. Азнаурова отмечает, что эмоциональное значение может быть определено как «лингвистическое образование, входящее в семантическую структуру слова в качестве одного из ее компонентов, выражающее эмоциональное отношение носителя языка к соотносительному со словом понятию или предмету» [7, с. 113]. А Ч. Стивенсон понимал под эмотивным значением любое языковое выражение с целью психологического эффекта на слушателей [8]. Другими словами, эмотивное значение приравнивается им к эмоциональному эффекту слова. В приведенных определениях, при всей их глубине и объективности, не принималось во внимание, что эмотивная семантика языковых единиц неоднородна, не учитывалось наличие у слов эмоциональной коннотации, а также тот факт, что «все эмотивные компоненты семантики так или иначе опосредуются как минимум эмоциональными представлениями, и именно поэтому любое вербальное выражение эмоций имеет определенную содержательно-концептуальную базу» [9].

Каково же место эмотивного значения в семантической структуре слова? На этот вопрос предлагаются разные ответы, и, как результат, эмотивными считаются разные группы единиц. Например, В.И. Шаховский выделяет три семантических статуса эмотивности: 1) *обязательная* или *денотативная*, когда эмотивное значение слова является единственным компонентом его лексического значения. К этой группе аффективов относятся междометия, инвективная и бранная лексика, эмоционально-оценочные наречия, вульгаризмы; 2) *факультативная*, когда эмотивность имеет коннотативный, второстепенный по отношению к логико-предметному значению, характер, а единицы, обладающие подобной структурой, называются коннотативами; 3) *потенциальная*, когда нейтральная в своем словарном состоянии лексика обретает эмотивность в контексте; по мнению ученого, вся лексика обладает эмотивным потенциалом [10]. О.Е. Филимонова также отмечает, что эмоциональное отношение говорящего может быть имплицировано либо выражено «в сложной иносказательной форме» [11, с. 10]. Н.А. Лукьянова полагает, что эмотивность может не иметь языкового статуса, но в контексте и в определенной речевой ситуации выражать эмоциональное отношение говорящего к предмету речи [12, с. 60].

Таким образом, эмотивный компонент значения слова – это «та семантическая доля, с помощью которой языковая единица осуществляет свою эмотивную функцию» [2, с. 8]. А эмотивом называется «языковая единица, превалирующей функцией которой является выражение эмоций говорящего» [Там же].

В рамках данного исследования нас интересует, с одной стороны, экспликация скрытых, глубинных эмосем, т. е. когда нейтральное слово имеет скрытую эмотивную валентность, проявляющуюся в специальном контексте; с другой стороны – приращение эмосем из

контекста, когда в слове нет своей эмосемы, но в ситуативных контекстах на его семантику наводится эмотивная сема, которая исчезает при выходе слова из данного контекста. Таким образом, речь идет о контекстуально-эмотивных единицах, которые дифференцируются на *узуальные имплицативы* и *окказиональные имплицативы*.

Установлено, что в случае узуальных имплицативов эмосема может быть эксплицирована методом семантического распространения или углубления дефиниции слова, а также через сочетаемость слова в речевой цепи и диагностирующий контекст. Так, в британской аналитической статье «Yes, the tech giants are big – in truth, probably too big to break up» используется лексема *lockdown* ‘изоляция’, основное значение которой ‘a situation in which people are not allowed to enter or leave a building or area freely because of an emergency’, где *freely* развертывается в ‘without being controlled or limited’: *Amazon, Alphabet, Apple and Facebook, together with Microsoft, have sailed through the lockdown* (The Guardian. 02.08.20) ‘Amazon, Alphabet, Apple и Facebook вместе с Microsoft успешно прошли через режим изоляции’. Таким образом, в контексте разворачивается глубинная часть смыслового содержания слова *lockdown*, эксплицируя его факультативную эмотивность и окрашивая отрицательную оценку эмоциональностью. Аналогичный потенциал, «эмотивный зародыш», имеют слова *clout* ‘влияние’, *to see off* ‘проводить’, *to swallow up* ‘поглотить’, *to crater* ‘образовывать кратер’, *to break up* ‘разогнать, расформировать’, например: *Google or Facebook <...> have used their clout to see them off: sometimes by squeezing firms out of business, sometimes by swallowing them up* (The Guardian. 02.08.20) ‘Google или Facebook <...> использовали свое влияние, чтобы избавиться от них: иногда вытесняя фирмы из бизнеса, иногда поглощая их’; *Does Trump want to crater the stock market by breaking them up?* (The Guardian. 02.08.20) ‘Хочет ли Трамп разрушить фондовый рынок, разогнав их?’

Анализ аналитических статей из англоязычной прессы показал, что в дискурсе практически любое слово способно выражать эмоции. Данный факт можно объяснить тем, что отношение человека к объектам мира присутствует как в номинации, так и в коммуникации, поскольку мы отражаем, обозначаем и чувствуем одновременно. И это отношение в зависимости от ситуации может стать эмоциональным. К способам приращения эмосемы относятся *ситуация, макроконтекст, микроконтекст, экспрессивный синтаксис, способ ложных деривационных связей, «игра в денотаты»* и др. Самыми употребительными являются первые четыре способа.

Так, окказиональный имплицатив *company* ‘компания’ вместе с числительным *four* ‘четыре’ является сам по себе нейтральным и не содержит эмосемы в своей дефиниции: ‘an organization that sells goods or services in order to make money’. Однако в контексте британской аналитической статьи ее актуальный смысл становится эмотивным: ‘источник зла для более мелких фирм’. Ср.: *All four companies (Facebook, Amazon, Apple and Google) wielded monopoly power and some of them should be broken up* (The Guardian. 02.08.20) ‘Все четыре компании (Facebook, Amazon, Apple и Google) обладают монопольной властью, и некоторые из них должны быть распущены’.

Далее в статье приводится блистательная защита основателя Facebook Марка Цукерберга, который объясняет, что добился успеха «американским способом», начав с нуля и предложив лучшие продукты, которые нравятся потребителям: *Zuckerberg put up the best defence when he said he had done it the «American way», starting with nothing and succeeding by offering better products that appealed to consumers*. Лексические единицы словосочетания *American way* не содержат эмотивный компонент значения, однако приобретают эмотивность в контексте, в том числе благодаря подключению фоновых знаний, связанных с американской мечтой. Установлено, что для текстов аналитических жанров характерна такая закономерность, как скопление эмотивов и оценочных лексем, что объясняется их взаимопритяжением, взаимоинтенсифицированием и, как следствие, распространением эмотивности на весь текст. В приведенном выше отрывке такой эффект достигается использованием оценочных лексических единиц различных частей речи: причастия *succeeding*, глагола *to appeal*, а также прилагательного *good* в сравнительной и превосходной степени.

Приращение эмосемы может происходить и в условиях микроконтекстов, например: *For years, campaigners have complained of the atrocious conditions but been ignored, partly because of cuts to health and safety inspections* (The Guardian. 02.08.20) ‘В течение многих лет участники кампании жаловались на ужасные условия, но их игнорировали, отчасти из-за сокращения проверок охраны здоровья и безопасности’; *The government has had a jolting reminder that the coronavirus crisis can't be simply wished away* (The Guardian. 02.08.20) ‘Правительство получило тревожное напоминание о том, что кризис с коронавирусом не может исчезнуть просто по желанию’; *Muddled messaging by the government has left much of the public thoroughly confused* (The Guardian. 02.08.20) ‘Сумбурные сообщения правительства оставили большую часть общественности в полном замешательстве’. В приведенных примерах под воздействием ближайших эмотивных лексических единиц *atrocious* ‘ужасный’, *jolting* ‘тревожный’, *muddled* ‘беспорядочный, сумбурный’ происходит наведение эмосем на нейтральные лексемы *conditions* ‘условия’, *reminder* ‘напоминание’ и *messaging* ‘сообщение’, которые представляют группу окказиональных имплицативов.

Приращение эмосемы может осуществляться и повтором нейтрального слова, например, лексемы *law* ‘закон’: *There is no law in the US against a small company becoming a household name. There are, though, laws that are designed to prevent companies that make it big from eradicating competitors* (The Guardian. 02.08.20) ‘В США нет закона против того, чтобы маленькая компания стала известным брендом. Однако существуют законы, которые призваны не позволять компаниям, добившимся большого успеха, уничтожать конкурентов’. Использование разнообразных возможностей экспрессивного синтаксиса, например, инверсии, повтора, параллелизма, парцелляции и др., способствует возникновению эмоциональности: *An extended ban, in other words, is possible. Necessary too, some would say. Maybe, but nor do we want banks to retreat into full-on safety mode, which wouldn't help the economic recovery* (The Guardian. 02.08.20) ‘Иными словами, возможно, что запрет продлится. Некоторые скажут, что это тоже необходимо. Возможно, но мы не хотим, чтобы банки перешли в полноценный режим безопасности’; *Never before has the US economy experienced anything like it* (The Guardian. 02.08.20) ‘Никогда раньше экономика США не переживала ничего подобного’; *Then there was finger-pointing at people cramming into London's tube trains <...>. Then came the rebuke of people crowding into parks and beaches* (The Guardian. 02.08.20) ‘Потом стали указывать пальцем на людей, набивающихся в лондонские поезда метро. Затем последовал упрек людей, толпящихся в парках и на пляжах’.

Принцип контекстуальной обусловленности эмотивного заряда, или наличия у любого нейтрального слова коннотационного эмотивного потенциала, реализуемого контекстом, позволил выявить вариативность контекстуальных эмотивов, *узальных и окказиональных имплицативов*, в аналитических статьях на английском языке. В результате проведенного исследования установлены наиболее употребительные способы приращения эмосем к нейтральным лексическим единицам, а именно: *ситуация, макроконтекст, микроконтекст и экспрессивный синтаксис*. Важнейшим из видов деятельности человека является эмоциональная интерпретация мира и ее отражение в его языковой картине с помощью эмотивной семантики, в том числе и эмотивного значения, которое не всегда заключено в лексических структурах, однако ее предназначением является выражение эмоций говорящего и/или эмоциональное воздействие на слушающего.

Литература

1. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций : монография / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 415 с.
2. Шаховский, В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : URSS, 2008. – 208 с.
3. Потебня, А. А. Мысль и язык : избр. работы / А. А. Потебня. – М. : Юрайт, 2016. – 290 с.
4. Берлизон, С. Б. Эмоциональное значение – особый компонент смысловой структуры ФЕ / С. Б. Берлизон // Вопросы лексико-семантической системы языка : тез. докл. науч. конф. – М., 1971. – Ч. 1. – С. 10–18.

5. Ogden, C. The Meaning of Meaning / C. Ogden, J. Richards. – London, 1945. – 363 p.
6. Empson, W. The Structure of Complex Words / W. Empson. – London, 1951. – 449 p.
7. Азнаурова, Э. С. Очерки по стилистике слова / Э. С. Азнаурова. – Ташкент : Фан, 1973. – 405 с.
8. Stevenson, Ch. L. Some Pragmatic Aspects of Meaning / Ch. L. Stevenson // Reading in Semantics. – Illinois, 1974. – P. 17–25.
9. Шаховский, В. И. Эмотивное значение слова в лингвоэкологическом аспекте [Электронный ресурс] / В. И. Шаховский ; Тверская гос. с.-х. акад. // Мир лингвистики и коммуникаций. – 2013. – № 32. – С. 1–12. – Режим доступа : <https://www.elibrary.ru/contents.asp?id>. – Дата доступа : 10.08.2020.
10. Шаховский, В. И. Эмоции : долингвистика, лингвистика, лингвокультурология / В. И. Шаховский. – М. : URSS, 2009. – 128 с.
11. Филимонова, О. Е. Язык эмоций в английском тексте : (когнитивный и коммуникативный аспекты) : монография / О. Е. Филимонова. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2001. – 259 с.
12. Лукьянова, Н. А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность, оценочность / Н. А. Лукьянова // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск, 1976. – Вып. 4. – С. 3–21.

Минский государственный
лингвистический университет

Поступила в редакцию 23.11.2020

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРНИЦЫ