

П. П. Глазко

г. Минск, Республика Беларусь

ЭКСПРЕССИВНО-ЭМОТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА США

В настоящее время в лингвистической литературе нет единства в понимании и подходах к исследованию феномена экспрессивности. Экспрессивность относится к таким языковым явлениям, «при изучении которых всегда возникает немало неясного, дискуссионного в понимании их сущности» [1]. Ученые обращались к рассмотрению экспрессивности с различных ракурсов и в рамках различной исследовательской проблематики: общеметодологических вопросов лингвистики [2], выражения субъективности в речевой деятельности [3], лексической семантики [4; 5; 6], стилистического потенциала лексики и синтаксиса [6; 7; 8], лингвистики текста [9].

В многочисленных публикациях представлены различные определения экспрессивности и ее соотношения с такими смежными понятиями, как оценочность, эмотивность, эмоциональность, образность и т.д. Так, например, даже в ставших классическими работах Ш. Балли, В. В. Виноградова, В. Г. Гака, К. А. Роговой экспрессивность не отделяется от эмоциональности, в то время как В. И. Шаховский не отождествляет данные понятия.

По мнению А. П. Сковородникова и Г. А. Копниной, экспрессивность отражает «такие признаки языковой / речевой единицы, благодаря которым говорящий / пишущий выражает свое субъективное отношение к содержанию речи или ее адресату» [7, с. 285], т.е. в рамках данной концепции экспрессивность способствует выразительности речи и включает в себя понятия эмоциональности, оценочности, образности и интенсивности.

Еще более широкая интерпретация экспрессивности в текстовом преломлении представлена в работах В. А. Масловой, где под названной категорией, которая позволяет наиболее выразительно представить содержание текста и отношение автора к нему, вследствие чего усилить воздействие на эмоциональную, интеллектуальную и волевыми сферы реципиента» [9, с. 183]. При таком подходе общая экспрессивность текста представляет собой синергизм эмотивности, оценочности, образности, интенсивности, стилистической маркированности, структурно-композиционных особенностей текста. Признавая разнопорядковый характер соединяемых в приведенном выше определении явлений (семантических, прагматических, стилистических), В. А. Маслова делает акцент на том, что общая экспрессивность текста является понятием более широким по сравнению с экспрессивностью лексических единиц [9].

Вместе с тем, согласно И. В. Арнольд, экспрессивность, оценочность и эмоциональность являются равноправными понятиями и могут встречаться в различных комбинациях [10]. Применительно к тексту экспрессивность трактуется И. В. Арнольд как «свойство текста или части текста, которое передает смысл с увеличенной интенсивностью, выражая внутреннее состояние говорящего, и имеет своим развитием эмоциональное или логическое усиление, которое может быть или не быть образным» [10, с. 100]. Аналогичная точка зрения высказывается и в работах О. Ю. Ромашинной: по ее убеждению, экспрессивность, эмотивность и оценочность не предполагают взаимной актуализации в дискурсе [11, с. 147].

Таким образом, в рамках нашего исследования мы будем придерживаться концепции, согласно которой экспрессивность способствует увеличению прагматического потенциала высказывания, его коммуникативной значимости и является результатом выражения субъективного отношения автора, его реакции на ситуацию, желания привлечь внимание читателя ко всему высказыванию или его части. А в качестве категориального признака эмотивности выступает общая для целого множества лексических единиц семантическая функция, заключающаяся в выражении эмоционального состояния говорящего. В поверхностной структуре высказывания это прояв-

ляется в выделении различными способами эмотивных языковых единиц среди иных единиц, что достигается за счет использования стилистических приемов.

Цель нашего исследования состоит в выявлении закономерностей использования экспрессивных-эмотивных комплексов в медийном дискурсе США. Под экспрессивно-эмотивными комплексами мы понимаем лексико-стилистические приемы, содержащие эмотивные лексические единицы. Основой экспрессивно-эмотивных комплексов являются лексико-стилистические приемы, поскольку они задают форму и способ передачи содержания, имеющего эмотивный характер.

Материал исследования представлен 100 текстами, опубликованными разными авторами на их персональных сайтах (becomingminimalist.com, gretchenrubin.com, tracysnewyorklife.com, tinybuddha.com, witanddelight.com и др.) и в социальных медиа (Facebook и Instagram), а также 100 текстами персональных жанров, отобранными методом сплошной выборки на официальных сайтах газет США (*The New York Times*, *The Washington Post*, *The Atlantic*, *The Wall Street Journal* и др.) за период с 2020 по 2023 год.

В результате лингвостилистического и контекстуального анализа, проведенного с опорой на словарные дефиниции, было установлено, что наиболее употребительными лексико-стилистическими средствами в медиадискурсе США являются метафора, эпитет, сравнение, персонификация, гипербола и декомпозиция устойчивых сочетаний, сформировавших 97 % всех выявленных в выборке экспрессивных средств.

Метафоры структурируются таким образом, что описываемые автором эмоциональные состояния являются референтом (тенором), а цель (источник) представляют собой различные материальные объекты: *Flourishing is the peak of well-being: You have a strong sense of meaning, mastery and mattering to others. Depression is the valley of ill-being: You feel despondent, drained and worthless* 'Процветание – это вершина благополучия: у вас сильное чувство значимости, мастерства и значимости для других. Депрессия – это долина неблагополучия: вы чувствуете уныние, опустошенность и никчемность'. В приведенном примере в обеих метафорах абстрактные понятия *процветание* и *депрессия* определяются через ассоциативную соотнесенность с материальными предметами окружающего мира *вершина* и *долина*. Иными словами, метафора выступает в данном случае средством экстерииоризации эмоций.

Схожим образом в медийном дискурсе функционируют и сравнения. Этот лексико-стилистический прием экспрессивности дает автору возможность максимально точно передать какое-либо эмоциональное состояние: *I was too permeable. It was like I'd developed a gluten allergy. And here I was – a wheat farmer!* 'Я была слишком уязвимой. Как будто у меня появилась аллергия на глютен. А я фермер, выращивающий пшеницу'. Здесь при помощи сравнения автор показывает, что именно ей вкладывается в понятие уязвимости, накладывая свое эмоциональное состояние на ситуацию из окружающей действительности.

Помимо уточнения содержания конкретных эмоций, сравнения также могут выполнять функцию описания неопределенных эмоций, т.е. автор не называет конкретный объект сравнения, ограничиваясь лишь использованием конструкции *It feels like (as if)* ‘Я чувствую себя, как будто ... / такое чувство, что ...’, но сохраняет в структуре стилистического приема такие компоненты, как средство и признак сравнения: *But here I am writing about it, because just as life finds a way, motherhood will find you in the most traditional and untraditional ways. It feels as if I've been inducted into a club and at the same time banished by another* ‘И вот я пишу об этом, потому что, как в жизни находится путь, так и материнство найдет вас самыми обычными и необычными способами. Я чувствую себя так, как будто меня приняли в один клуб и одновременно изгнали из другого’. В этом примере автор не называет конкретные эмоции, испытываемые ею, описывая лишь общее состояние пребывания в роли матери и сравнивая его с чувством неопределенности (признак сравнения), возникающем при вступлении в один клуб и выходе из другого, т.е. вхождении в новый этап жизни (средство сравнения).

При необходимости усиления воздействия и дополнительной интенсификации описываемых в тексте эмоций авторы прибегают к сочетанию приемов метафоры и сравнения в рамках одного контекста: *But under this pressure cooker of obsessive self-improvement which characterises modern life, the aim is to achieve our goals in the most efficient way possible and achieve as much as we can in the shortest amount of time, as if we're on a lifeline and the doctor's threatening to take away the life support* ‘Но в этой скороварке одержимого самосовершенствования, которая характеризует современную жизнь, цель состоит в том, чтобы достичь наших целей наиболее эффективным способом и достичь как можно большего в кратчайшие сроки, как будто мы находимся на волоске от смерти и врач угрожает отключить систему жизнеобеспечения’. В данном случае состояние одержимости в плане самосовершенствования экстерииоризируется в авторском дискурсе за счет ассоциативной связи со скороваркой. Общим признаком такой ассоциативной связи выступает высокое давление, уподобляемое ситуации, в которой жизнь находится под угрозой.

Эпитеты используются в медиатекстах с целью указания на степень проявления эмоций и так же, как метафоры и сравнения, выступают средством их экстерииоризации: *The blunt force realization that I wasn't nailing it, with anything, but especially with motherhood, really sent me into a feet-overhead spiral. Which is to say I became extravagantly depressed* ‘Такое резкое осознание того, что у меня ничего не получается, ни в чем, но особенно в материнстве, перевернуло мой мир. Иными словами, я впала в расточительную депрессию’. Эпитет, выраженный наречием *extravagantly* ‘расточительный’, характеризует депрессию автора как нечто чрезмерное, излишнее, не согласующееся со здравым смыслом. Расточительность ассоциируется

с тратой материальных ресурсов, чаще всего денежных. Таким образом данный эпитет указывает на степень проявления депрессии через установление ассоциативной связи с непомерной тратой денег.

Ввиду своей функционально-дистрибутивной специфики эпитет может быть выражен также и эмотивом: *It was easier to pitch stories about buffoonery than about progress. It's a strange trick of the mind, especially because it's the news media's relentless negativity that has led so many people to give up on institutions – or on journalism* 'О шутовстве было проще рассказывать, чем о прогрессе. Это странная уловка нашего разума, особенно по причине того, что безжалостный негатив новостных медиа заставил многих потерять веру в социальные институты – или журналистику'. Эмотивное имя прилагательное *relentless* 'безжалостный' выступает в качестве эпитета по отношению к эмотивному имени существительному *negativity* 'негатив' и при этом не только указывает на степень проявления последнего, но и наделяет его признаками олицетворения, т.е. негатив медиа преподносится как собирательный образ журналистов.

Для усиления прагматического эффекта эпитеты могут сочетаться со сравнениями, например: *Summer is very much my favorite season, yet every year I feel like I end up in a "you don't know what you've got 'til it's gone" situation* 'Лето – мой самый любимый сезон, однако каждый год я чувствую, как будто оказываюсь в ситуации «что имеем – не храним, потерявши – плачем»'. Фразовый эпитет *you don't know what you've got 'til it's gone* 'что имеем – не храним, потерявши – плачем' входит в структуру приема сравнения и описательно представляет авторскую эмоцию (по всей очевидности, сожаление), но не называет ее напрямую.

Стилистический прием персонификации в сочетании с эмотивностью (олицетворение эмоций) используется в медийном дискурсе для того, чтобы представить эмоции как автономную от человека сущность. В этом случае эмоции могут доминировать над человеком (*Anxiety will not hurt you in that way; but until you catch on, start listening, and heal the source of the messages, it will keep trying to spin you around so that you're facing it long enough to hear what it's trying to say* 'Тревога не причинит вам вреда таким способом; но пока вы не поймете, не начнете прислушиваться и не исцелите ее источник, она будет продолжать пытаться развернуть вас так, чтобы вы смотрели на нее достаточно долго и слышали, что она пытается сказать') или находиться с ним на равных (*Shame told me I was a bad person, unworthy of love* 'Стыд говорил мне, что я плохой человек, недостойный любви'). Однако в обоих случаях действие направлено от эмоции, выполняющей функцию подлежащего, к человеку, выступающего в качестве дополнения. Такая модель является наиболее частотной в англоязычном медиадискурсе и представлена в 83 % проанализированных контекстов. Оставшиеся 17 % приходятся на модель обратного типа, в которой действие направлено от человека к эмоции, и эмоция является объектом: *We need to bring love and support to our shame* 'Мы должны дать своему стыду любовь и поддержку'.

Как и метафора, для усиления воздействия персонификация может сочетаться со сравнением: *These regrets lurk in the backs of our minds. They are like dark shadows stalking our heart space, with ropes binding our self-acceptance, keeping us from flying high* 'Эти сожаления прячутся в глубине нашего сознания. Они подобны темным теням, преследующим пространство нашего сердца, веревками, связывающими наше самопринятие и удерживающими нас от взлета высоко'.

Гиперболизация эмоций в медиадискурсе происходит за счет преувеличения их меры в пространственном аспекте, т.е. интенсивность описываемых автором эмоций выражается через ассоциацию с объектами окружающего мира, обладающими пространственным значением: *We experience the valleys of loss, the black pain of grief, and the jagged edges of trauma. We also experience the searing catharsis of inspiration, the rich colors of joy, and the deep, calm ocean of love* 'Мы проходим через долины потерь, черную боль горя и острые края травм. Мы также проходим через жгучий катарсис вдохновения, насыщенные цвета радости и глубокий, спокойный океан любви'. Гиперболы *valleys of loss* и *ocean of love* описывают интенсивность эмоций скорби и любви в параметрических терминах объектов физического мира, т.е. как равных долине или океану, способствуя их экстериоризации.

Прием декомпозиции устойчивых выражений позволяет автору медиатекста придать клишированным единицам новизну и оригинальность. С одной стороны, устойчивые выражения легко распознаются читателем, но обновленная форма делает их более заметными в тексте; с другой стороны, благодаря соответствующим трансформациям такие выражения приобретают дополнительную контекстуальную значимость. Результатом декомпозиции устойчивых выражений в совокупности с использованием эмотивной лексики является контраст эмоций: *Excitement about the prospect of an international agreement should be taken with a grain of history* 'Волнение по поводу перспективы международного соглашения следует воспринимать с оглядкой на историю'. В данном примере выражение *with a grain of history* является производным от устойчивого выражения *with a grain of salt* 'с долей скептицизма' (дословно – с кристалликом соли) и в приведенном контексте ведет к расширению первоначального значения, подразумевая, что с учетом схожего опыта в прошлом волнение по поводу перспективы международного соглашения следует воспринимать с долей скептицизма. Результатом такой трансформации на фоне использования эмотивной лексики является контраст *волнение – скептицизм*.

Результаты сопоставительного исследования, представленные в таблице, дают основания говорить об определенных тенденциях в актуализации описанных выше особенностей взаимодействия категорий экспрессивности и эмотивности в англоязычных институциональных (газеты) и новых медиа (блоги, социальные медиа). В качестве предмета сопоставления выступают рассмотренные ранее экспрессивно-эмотивные комплексы, основу которых составляют лексико-стилистические приемы и их комбинации.

Особенности взаимодействия категорий экспрессивности
и эмотивности в медиадискурсе США

Основа экспрессивно-эмотивного комплекса	Институциональные медиа	Новые медиа
Метафора	+	+
Сравнение	+	+
Метафора + сравнение	-	+
Эпитет	+	+
Эпитет + сравнение	-	+
Персонификация	+	+
Персонификация + сравнение	-	+
Гипербола	+	+
Декомпозиция устойчивых выражение	+	-

Как следует из таблицы, в новых медиа по сравнению с традиционными печатными медиа представлен максимально широкий спектр экспрессивно-эмотивных комплексов: если институциональным медиа характерны простые экспрессивно-эмоциональные комплексы, в основе которых лежит один лексико-стилистический прием, то новым медиа также свойственны и сложные экспрессивно-эмотивные комплексы, основанные на комбинациях лексико-стилистических приемов.

В институциональных медиа экспрессивный и эмотивный компоненты рассматриваемых комплексов находятся в балансе, а именно, лексико-стилистические приемы способствуют экспликации авторских эмоций, делают переживания автора более понятными читателю. В новых медиа экспрессивность может доминировать над эмотивностью и, помимо экстерииоризации эмоций, дополнительно интенсифицировать эмотивное значение. Такое усиление прагматического эффекта экспрессивно-эмотивного комплекса достигается за счет дополнения приемов метафоры, эпитета и персонификации приемом сравнения.

Таким образом, результаты, полученные в ходе исследования, позволяют сделать следующие выводы. Взаимодействие категорий экспрессивности и эмотивности в медийном дискурсе США происходит в рамках экспрессивно-эмотивных комплексов, основу которых составляют лексико-стилистические приемы (метафора, сравнение, эпитет, персонификация, гипербола, декомпозиция устойчивых выражений), содержащие эмотивную лексику. Результатом такого взаимодействия является экстерииоризация эмоций автора, т.е. экспликация эмоций посредством лексико-стилистических приемов, их перевод с языка описания внутренних состояний на язык описания объектов внешнего мира, из категории абстрактного в категорию конкретного. Лексико-стилистический прием сравнения выступает средством

усиления прагматического эффекта, дополняя простые экспрессивно-эмотивные комплексы, основанные на использовании приемов метафоры, эпитета и персонификации в новых англоязычных медиа, что является отличительным признаком последних в сравнении с институциональными медиа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лукьянова, Н. А. Дискуссионные моменты интерпретации экспрессивности как категории лексикологии / Н. А. Лукьянова // Вестник ВолГУ. Сер. 2. Языкознание – 2009. – № 1. – С. 211–215.
2. Балли, Ш. Язык и жизнь / Ш. Балли – М.: УРСС, 2003. – 230 с.
3. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций / В. И. Шаховский – М.: Гнозис, 2008. – 416 с.
4. Вежбицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
5. Телия, В. Н. Механизмы экспрессивной окраски языковых единиц / В. Н. Телия // Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности / Ин-т языкознания; отв. ред. В. Н. Телия. – М.: Наука, 1991. – С. 36–66.
6. Кострова, О. А. Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка / О. А. Кострова. – М.: Флинта, 2004. – 240 с.
7. Копнина, Г. А. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка / А. Г. Копнина, А. П. Сковородников // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2008. – С. 285–305.
8. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 267 с.
9. Маслова, В. А. Параметры экспрессивности текста / В. А. Маслова // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М.: Наука, 1991. – С. 179–205.
10. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык / И. В. Арнольд. – М.: Флинта, 2002. – 384 с.
11. Ромашина, О. Ю. Эмоциональная коннотация как особый вид деятельности языкового сознания / О. Ю. Ромашина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 6(17). – С. 145–150.