

## ЭМОТИВНАЯ СТРУКТУРА МЕДИАТЕКСТА

*Н. Л. Макаренко*

*Белорусский национальный технический университет,  
пр. Независимости, 65, 220004, Минск, Республика Беларусь,  
makarenkonata47@mail.ru*

Рассматривается эмотивная составляющая медиатекста как «территории» вербализации оценочно-эмоциональной стороны личности, дается краткая характеристика эмотивам, иллюстрируется способность определенных авторских номинаций выражать эмоции и чувства.

**Ключевые слова:** эмотинимы; эмотивность; номинации; коннотация; экспрессия; лингвистика эмоций; медиатекст.

## EMOTIVE STRUCTURE OF A MEDIATEXT

*N. L. Makarenko*

*Belarusian National Technical University,  
65, Nezavisimosti Ave., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: N. L. Makarenko (makarenkonata47@mail.ru)*

The author considers the emotive component of media text as a «territory» of verbalization of evaluative-emotional side of personality, gives a brief characteristic of emotives, illustrates the ability of certain author's nominations to express emotions and feelings.

**Key words:** emotinims; emotionality; nominations; connotation; expression; linguistics of emotions; mediatext.

Скорость перемен не может не отразиться на образе жизни человека, его способности осознавать эти перемены, адаптироваться к ним и, что интересно для лингвистов, – объяснять их.

Способы и инструменты адаптации человека к окружающей среде определены представителями разных научных областей: психологами, педагогами, физиками, биологами и т. д. Лингвистика все больше

вовлекается в круг научных изысканий, формирующих наиболее полное, многоуровневое и многогранное представление об особенностях поведения человека в разные периоды истории, в том числе и в современный период – информационной эпохи, где медиадискурс занимает главенствующее место, не зря исследователи все чаще выдвигают идею медиacentричности мира [1]. Медиа сфера как никакая другая область человеческой деятельности незамедлительно реагирует на смену событий.

Кажется, что медиатизация «как перемещение смыслов в символическое пространство» [2], как некая фантазмагорическая сущность, проникла в само наше сознание и осуществляет там некую не подвластную человеческой воле деятельность. Особому влиянию подвергается образ социального поведения, который приобретает все новые черты. Одна из них – вербализация личного отношения к происходящему. Это хорошо видно в социальных сетях, но предметом нашего анализа являются более «серьезные» медиатексты – журналистские.

Никогда еще в «обозримом прошлом» язык публицистики не подвергался таким интенсивным влияниям и не столько на грамматическую систему (хотя и здесь не обходится без инноваций), сколько на его эмоционально-выразительную часть. Современный медиатекст может содержать особенности языка и речи всех стилей, жанров, видов и типов. Это смешение синтезируется в основном, на наш взгляд, за счет эмоций автора, которые, в свою очередь, создают эмотивную структуру медиатекста.

К эмотивам относим различные по своей грамматической и словообразовательной структуре наименования, первичные и вторичные, маркированные экспрессией, коннотированные. Нужно сказать, что не все ученые признают такую классификацию эмотивов и не считают экспрессию эмотивностью языкового знака. Так, например, в монографии И. В. Труфановой приведены индикаторы номенов и речевых актов, имеющих признаки эмотивов. Ученый относит к ним лишь междометные высказывания, фигуры эмотивного синтаксиса, эмоциональные паузы, восклицания [1]. Однако большинство представителей лингвистики эмоций считают, что эмотивами можно назвать все слова и лексико-грамматические конструкции, эмоционально окрашенные. Мы согласны с последним мнением и думаем, что в определенных ситуациях практически любое слово, сочетание слов или синтаксиче-

ская конструкция может стать эмотонимом, а совокупность эмотонимов – выполнять текстообразующую функцию.

Для подтверждения данного положения необходимо установить границы определения эмоций. Считаем, что эмоции – это чувственно-оценочная реакция человека на те или иные жизненные ситуации. В нашем случае это не только базовые эмоции, такие как счастье, печаль, страх, но и социальные – стыд, смущение, вина, ревность, зависть, воодушевление, социальное отвращение, сочувствие, гордость и др. Интересно, что называя такую социальную эмоцию, как стыд, на ум приходит номинация *испанский стыд*, красноречиво иллюстрирующая социальный стыд – за поведение другого человека и перед другими людьми.

Несмотря на то что «мысль изреченная есть ложь», все эмоции так или иначе, точно или не очень проявляются и на вербальном плане. Это отражение мы и называем эмотивностью – совокупностью речевых и языковых единиц, значение которых содержит в большей или меньшей степени эмоциональную коннотацию. Покажем это на примере медиапроизведений.

Для анализа взяты два текста, написанные разными авторами и посвященные одной теме – интервью зарубежным журналистам бывшего депутата Мингорсовета О. Д. Тесаковой, уехавшей в 2020 году «учиться пилить гроши в Варшаву» – так в зачине первого текста с заголовком «Тесаковщина» автор называет цель отъезда («госпожи Тесаковой») [3]. Вторая статья имеет название «Бывшая депутатка с Зыбицкой», и в зачине героиня названа и *оборотнем обыкновенным*, и *любопытным подвидом*, и *типажом*, и *зеленым понятием*, причем со ссылкой на «отдаленно знакомого учителя», который употреблял подобные фигуры речи, «когда особенно выходил из себя» [4]. Заметим, что автор второго текста сам и указал на эмотивы в речевом акте «отдаленно знакомого учителя» в состоянии эмоционального напряжения, причем эмотивы эти журналист использовал уже в своем тексте – для отображения собственной эмоционально-оценочной реакции.

Автор первой статьи объединяет поступки *беглых* в одно явление, употребляя наименование с деривационным формантом *-цин(а)*, который способен формировать на основе имени собственного названия отрицательных общественных явлений, ставших бичом в определенный период истории или в определенной сфере жизни: *хованицина*, *хлестаковицина* и т. п. Учитывая значение суффикса как коннотативного фор-

манта, наименование *тесаковицина* можно отнести к номенам, воспроизводимым по одному и тому же образцу заданное число раз.

Заголовок второй статьи – составная номинация, которая содержит оним *депутатка*, где суффикс имеет коннотацию обесценивания, причем не самого общественно значимого понятия, а персоны, не по праву носившей это звание. Кроме того, употребление в составе заголовка названия известной своей неоднозначной славой улицы усиливает коннотацию обесценивания и передает эмоцию презрения. Таким образом, заголовки отражают эмоциональный настрой авторов, их социально значимые чувства и задают оценочный эмоциональный тон текстам.

Первый текст имеет наиболее насыщенную эмотивную структуру. Особой экспрессии автор добивается употреблением номенов [2], в словообразовательной структуре которых есть форманты с уничижительным значением – *интервьюишки*. Такие номены являются опосредованной оценочной номинацией, они как бы излучают рефлексивный свет в направлении рядом стоящих слов, окрашивая их своим вредоносным смыслом. Оценочным значением обладают и белорусизмы – *учиться пилить гроши*, презрительное *змагары*, уже ставшее в медиапространстве синонимом белорусских и не только горе-революционеров (сравним эту номинацию с уже известными – украинизмом *майдан* и номеном *майданутые*, имеющими крайне отрицательную коннотацию и отсылающими к похожим событиям в другой стране); прямая речь героини полностью приведена на белорусском языке – ведь все *беглые* в угоду западным *экстремистам* пропагандируют любую другую культуру, кроме русской, обесценивая все русское, в первую очередь язык.

Эмотивная структура второго текста кардинально отличается от структуры первой статьи. Он интересен особым в числе уже названных способом проявления эмотивности: интервью *прозревшей экс-депутатки, веселой девчонки в положении бывшего предводителя команчей, то бишь уездного дворянства*, автор сравнивает с *комическими речами* генерала из сатирической поэмы Леонида Филатова: «*Оправдаю, отслужу, отстрадаю, отсижу... к угнетающей верхушке больше не принадлежу!*», а также в заключение приводит известные из кинокартины «Двенадцать стульев» «просительные речи» Кисы Воробьянинова, произнесенные им на французском и немецком языках, а также на русском: «Подайте что-нибудь бывшему депутату Государственной думы».

Ремарка *занавес* саркастически подводит итог – это не конец публикации, а конец спектакля, драмы, разыгранной в стане *заблуренных лиц* *прозревшей экс-депутаткой, сбежавшей, ударившей, беглой, чтобы откармливаться из грантов, вытянуть джек-пот, воткнуть нож в спину своим коллегам, раздавая интервьюишки.*

Все приведенные здесь номинации иллюстрируют отношение авторов публикаций к персоне, ими описываемой. Можно ли назвать эти номинации эмотонимами? На наш взгляд, да, так как они опосредованно указывают на эмоции и чувства журналистов. Перечисленные здесь номинации вызваны к жизни различными эмоциями авторов: чувством социального отвращения, презрения, испанским стыдом, возмущением и т. д.

Интересно, что каждый из приведенных текстов имеет два плана эмотивности: первый план – это оформленные в языке эмоций самих авторов, второй, скрытый, – это эмоции героини повествования. Особенно иллюстративно наличие двух, даже трех планов (*отдаленно знакомый учитель*) присутствует во втором тексте и выражено такими синтаксическими средствами, как прямая речь и воспоминания представителей электората экс-депутата, а также примерами речевых актов *отдаленно знакомого учителя*. Кроме того, мы заметили, что медиатекст часто имеет два плана содержания, а значит эмотивности, так как отражает диалогичность или полилогичность, где остальные коммуниканты могут подразумеваться, а их вербализированные действия или чувства выражаются авторами формами третьего лица.

Необходимо добавить, что проблема отнесения определенных номинаций к эмотивной составляющей текста имеет весьма спорный характер и требует изучения и классификации.

В настоящее время лингвистика эмоций может приобретать новые грани и направления ввиду появления и развития медиаресурсов, которые стали территорией вербализации всех сторон человеческой жизни.

### Библиографические ссылки

1. *Ивченко В. И.* Журналистика в системе культуры : медиациентричность современного мира // Першы міжнародны навуковы кангрэс беларускай культуры : зборнік матэрыялаў (Мінск, Беларусь, 5 – 6 мая 2016 г.) / гал. рэд. А. І. Лакотка; Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры НАН Беларусі. Мінск : Права і эканоміка. 2016. С. 278–282.

2. Іўчанкаў В. Вэбалізацыя ці медыятызацыя грамадства: вербальныя парадоксы // Журналістыка – 2014 : стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практыч. канф., 4-5 снежня 2014 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 16. Мінск : БДУ, 2014. С. 305–308.
3. Труфанова И. В. Прагматика несобственно-прямой речи. Монография. М.: «Прометей». 2000. 569 с.
4. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: моногр. М.: Гнозис. 2008. 414 с.
5. Калечиц К. Тесаковщина [Электронный ресурс]. URL: <https://minsknews.by/tesakovshhina/> (дата обращения: 01.02.2024).
6. Новиков А. Бывшая депутатка с Зыбицкой [Электронный ресурс]. URL: <https://minsknews.by/tesakovshhina/> (дата обращения: 01.02.2024).