DOI: 10.17117/na.2016.03.04.323

<http://ucom.ru/doc/na.2016.03.04.323.pdf>

Поступила (Received): 02.03.2016

Нефёдова Л.А., Подылин С.Ю. Репрезентация эмоций в текстах публицистического стиля

Nefyodova L.A., Podylin.S.Yu.
Representation of emotions in the texts of publicistic style

В данной статье речь пойдет о категории эмотивности и о выражении эмоций в коммуникации с целью более глубокого проникновения в суть настоящей проблемы. На основе обзора современных и зарубежных работ рассматривается воздействие эмоций адресата посылаемой информации и восприятие ее реципиентом. Анализ категории эмотивности проводится автором на основе текста политического дискурса публичной политической речи, где эмотивность является важной и неотъемлемой составляющей

Ключевые слова: категория эмотивности, дискурс, эмотивность, эмоциональность

Нефёдова Лилия Амирянвна

Профессор филологических наук, декан
Челябинский государственный университет

Подылин Сергей Юрьевич

Аспирант, преподаватель
Британский клуб

As the title implies the article describes the category of emotivity and emotional expressions in the communication for the purpose of the deeper understanding of this problem. The influence of emotion in the information sent by addressant and perception by addressee are examined on the basis of the contemporary and foreign works. The Analysis of the category of emotivity is conducted by the author on the text of the political discourse of public political speech, where emotivity is an important and an integral part

Key words: category of emotivity, discourse, emotivity, emotionality

Nefyodova Lilia Amiryanovna

Professor of Philology Sciences, Dean
Chelyabinsk state university

Podylin Sergey Yurievich

Graduate, teacher
British club

В последнее время все больше внимания уделяется изучению эмотивного и эмоционального в тексте, и это не случайно, поскольку эмоции отражают внутреннее состояние человека и являются его неотъемлемой частью. Известно, что процесс мышления и речи во многом зависит от того, какие чувства испытывает человек, то есть эмоции напрямую связаны с мыслительными процессами, которые непрерывно проходят у человека. Большинство ученых утверждает, что речь завуалирована «эмоциональной оболочкой» и для ее расшифровки адресанту в момент коммуникации практически не требуется времени, поскольку существует определенная система базовых эмоций как у адресанта, так и у адресата. Данная система базовых эмоций складывается у человека довольно быстро в период его развития, то есть в процессе коммуникации с

окружающими людьми. Это является общенаучным фактом, что язык, речь и мышление эволюционируют в период существования человека.

К. Изард считает, что эмоции образуют главную мотивационную систему человека. Он подчеркивает, что эмоция чаще всего рассматривается как особое состояние сознания. Даже в повседневной жизни эмоциональное состояние – это специфическое состояние. Человек, совершив какую-то нелепость или глупость, объясняет свое поведение, говоря: «Я был вне себя», «Я не помнил себя». Любой, кто испытывал сильную эмоцию, признает, что «эмоциональное переживание – это необычное состояние сознания» [Изард 1980:1].

По мнению А.А. Леонтьева существование эмоций – объективный факт, как и их выражение средствами языка, то при анализе его функций естественно выделять эмотивную функцию, отражающую специфическую коммуникативно-деятельностную потребность человека – передать эмоциональное отношение к тому или иному событию, факту, предмету, явлению окружающего мира» [Леонтьев 2000:2].

Размышляя об отношениях эмоций и языка, логично выстроить последовательность, отметив, что «когда скоро существование эмоций – объективный факт, как и их выражение средствами языка, то при анализе его функций естественно выделять эмотивную функцию» [Шаховский 1975:3]. Именно эмотивная функция отражает потребность человека передать эмоциональное отношение к тому или иному явлению окружающей действительности, она существует для передачи эмоций и для эмоционального воздействия. Цель эмотивной функции – осуществление специфической формы эмоциональной коммуникации людей.

Как мы выяснили, категория эмотивности имеет особенность проявляться на всех уровнях языка: синтаксическом, лексическом, грамматическом, фонетическом. Более подробно необходимо рассмотреть, как функционирует категория эмотивности на каждом языковом уровне и каково когнитивное воздействие эмотивной лексики на реципиента. Материалом для исследования послужили публицистические тексты, взятые с официального сайта «иносми.ру».

Как отмечают многие исследователи, для публицистической речи характерно использование афористических высказываний. По мнению Рехлова О.А, выделяются: афоризмы, сентенции, максимы, грегории, пословицы, крылатые выражения. Афористические высказывания играют важную роль в политической речи для передачи эмотивного и экспрессивного. В публицистической речи имеется достаточно большое количество афористических высказываний. Приведем несколько примеров:

Und als ob das nicht schlimm genug wäre, nutzen Türken wie Russen jede Chance, den Deutschen in ihr eh schon schwieriges Projekt der Krisenbewältigung reinzufunkeln.

И как будто и так все недостаточно плохо, турки и русские используют любой шанс, чтобы подлить немцам масла в огонь в решении и без того сложного кризиса.

Из приведенного примера видно, что эмотивная составляющая разным способом интерпретируется в тексте и имеет разный уровень когнитивно-эмо-

тивного воздействия на читателя. В тексте оригинала «*schwieriges Projekt der Krisenbewältigung reinzufunken*» эмоциональная нагрузка высказывания снижена, поскольку «*reinfunken*», что в переводе означает «подбросить искру», имеет сниженную эмотивную единицу, которая, на наш взгляд, не полностью отражает эмоциональное напряжение текста. В тексте перевода эмотивное содержание текста имеет более «насыщенный» характер, так как данное высказывание было переведено афоризмом: «*подлить масла в огонь*». Автор намеренно использует афоризм «Подлить масла в огонь», поскольку он полностью раскрывает эмоциональное напряжение высказывания и ярко выражает его эксплицитность. В данном случае текст оригинала получился нейтральным по сравнению с текстом перевода, где когнитивно-эмотивное воздействие выражено ярче, поскольку эмотивная составляющая в тексте перевода обладает более интенсивным характером. Мы полагаем, что если заменить немецкое высказывание на «*Öl ins Feuer gießen*», то когнитивно-эмотивное содержание текста соответствовало бы тексту перевода, и как следствие, имело бы равнозначный характер эмоционального воздействия на читателя.

Таким образом, в текстах политического дискурса, ведущими, превалирующими становятся предназначенные для усиления «эмоционального содержания» и придания тексту «эмотивности», а с другой стороны, средства, предназначенные для убеждения. В ходе тщательного анализа данной статьи мы с уверенностью можем утверждать, что усиление эмоционально-оценочного содержания текста происходит благодаря использованию языковых средств двух типов: эмоционально-оценочных и нейтральных, которые создают оценочность, взаимодействуя с единицами контекстного окружения.

Список используемых источников:

1. Изард К.Е. Эмоции человека. М., МГУ 1980. 439 с.
2. Леонтьев А.И. Лекции по общей психологии. М., 2000. 163 с.
3. Шаховский В.И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантической категории лингвостилистики // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. Рязань, 1975. Вып. 2.3 25 с.
4. Статья «*Putins Bomben treiben Merkel und die Türkei vor sich her*».
URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article151998874/Putins-Bomben-treiben-Merkel-und-die-Tuerkei-vor-sich-her.html>