

2. Beregovskaya E.M. Molodezhnyj sleng: formirovanie i funkcionirovanie. M.: MSU Publ., 2012. 354 p.
3. Kovtunov E. K., Shchipun I. V. Molodezhnyj studencheski sleng // Aktual'nye problemy nauki i tekhniki glazami molodyh uchenyh, 2016, pp. 970–974.
4. Graudina L. K. Statisticheskij kriterij grammaticheskoy normy // Yazykovaya norma i statistika. M.: Nauka Publ., 1977, pp. 135–157.
5. Shtreker N. Y. Russkij yazyk i kul'tura rechi. M.: YUNITI–DANA Publ., 2013. 543 p.
6. Makovskij M. M. Anglijskaya dialektologiya. sovremennye anglijskie territorial'nye dialekty Velikobritanii. M.: LIBROKOM Publ., 2013. 193 p.
7. Borisova N. V., Sulimov K. A. Linguistic Territorial Regimes in Multi-lingual Ethnic Territorial Autonomies. Sulimov Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00905992.2017.1351938>.
8. Odnorogova Y. L. Otklonenie ot normy anglijskogo literaturnogo yazyka // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2009, № 7, pp. 117–122.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-74-2-073-076

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕГАТИВНЫХ ЭМОЦИЙ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Крутова Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный технический университет, 414052, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 16; докторант, Волгоградский государственный университет, 400062, Россия, г. Волгоград, пр. Университетский, 100, e-mail: dartsk@mail.ru.

В статье раскрывается тенденция увеличения числа негативных эмоций в публицистическом тексте. В исследовании объясняется авторский выбор языковых и графических средств для воздействия на читателя. Большое внимание уделяется приёмам, направленным на психологические реакции индивидов. В журналистской деятельности писателя отчётливо наблюдается стремление к проявлению авторского Я, собственного стиля, отличающегося эмоциогенностью.

Ключевые слова: публицистика, публицистический блог, дискурс, эмотивность, эмотивно-дискурсивное пространство

REPRESENTATION OF NEGATIVE EMOTIONS IN THE PUBLICISTIC TEXT

Krutova Irina N., Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State Technical University, 414052, Russia, Astrakhan, 16 Tatishchev st., doctoral candidate, Volgograd State University, 400062, Russia, Volgograd, 100 Universitetsky st., e-mail: dartsk@mail.ru.

This article reveals the tendency to increase the number of negative emotives in the publicistic text. The study explains the author's choice of language and graphic means to influence the reader, as well as the emphasis on techniques aimed at psychological reactions of individuals. In the journalistic activity of the writer there is a clear desire for the manifestation of his author's self, his own style, characterized by emotionality.

Keywords: journalism, journalistic blog, comments, discourse, emotiveness, emotive-discursive space

Исследователи указывают, что независимо от того, в каком качестве аудитория воспринимает СМИ (как источник информации, источник развлечения или как контакт с внешним миром), самым проверенным и безошибочным

методом воздействия на человеческое сознание продолжает оставаться обращение к эмоциям и чувствам реципиента [1, с. 103]. Таким образом, языковая репрезентация эмоциональности – эмотивность – является одним из наиболее неопределённых качеств публицистического текста.

Основным назначением публицистического текста является воздействие автора на своего слушателя / читателя. Цель данной статьи – проанализировать и выявить причины преобладания негативных эмоций в публицистическом тексте. На примере блогов современных публицистов разберём их намеренный выбор языковых и стилистических ресурсов языка.

В речевом общении каждое высказывание воспринимается не само по себе, а как реплика, вмонтированная в прагматический комплекс. Если высказывание признаётся, то адресат делает парирующий ход (реплика-посыл ↔ реплика-ответ). Отпор может быть вызван любым компонентом коммуникативной ситуации. Этим и обосновано частотное употребление эмотивно-экспрессивных конструкций, реализующих эмоции неудовольствия. Прагматика речи составляет своего рода «отводной канал», по которому устремляется основная масса косвенных реакций. Прагматическое оформление речи создаётся треугольником «говорящий – адресат – конситуация».

Благодаря неоднозначности такого сложного денотата, как эмоция, к сфере языковых средств, указывающих прямо или косвенно на то или иное эмоциональное состояние, помимо лексических единиц, относятся и синтаксические, способные передавать информацию о психологическом состоянии, об эмоциональной реакции субъекта и, таким образом, обслуживать «язык чувств». В эмоциональном типе коммуникации, в эмотивных речевых актах синтаксические единицы выражают вершинные смыслы, так как синтаксический уровень представляет собой завершающий этап формирования коммуникативной функции языка.

Чтобы «вызвать» определённое психологическое состояние у читателя / слушателя, публицист использует не только лексические средства выражения эмотивности, но и графические. Так, в заключительный абзац автор включил ряд риторических вопросов: *«Естественно, не может не возникнуть вопрос – а где, собственно, герои несостоявшейся победы? Почему не слышно пресс-конференций, нет пространных интервью и подробных аналитических отчетов? Кто ответит за базар?...»*. Это намеренный авторский приём, стратегия, которая нацелена на вызов у читателя определённых эмоций / реакций, а именно – негативных.

Для анализа мы взяли тексты блогов известных публицистов-политологов Виктора Шендеровича и Владимира Пастухова. Уже в заголовках *«Кампания – заткнуть все глотки, которые ещё произносят правду»* и *«Нелюбовь Сечина, или Кто ответит за базар?»* мы можем наблюдать включение эмотивных компонентов, передающих негативное отношение авторов к современным реалиям. В эмотивных выражениях *«заткнуть все глотки»*, *«прессуют журналиста»*, используемых Виктором Шендеровичем в блоге от 25 апреля 2020 года на «Эхо Москвы», используется нарочитая актуализация сниженной оценочной лексики – стилистический приём, нацеленный на «сближение» с народом, «простым» читателем, обывателем блога, усиление отрицательной оценки для вызова ответной негативной реакции и от своего читателя. Публицист прибегает к жаргонным и просторечным выражениям, понятным каждому читателю. Глагол *«заткнуть»*, как и лексема *«глотки»*, относит нас к разговорности, снижающей стиль.

Экспрессивность публицистического текста создаётся различными способами. Так, у политолога Владимира Пастухова в его блоге от 13 апреля 2020 года на «Эхо Москвы» уже в названии использован риторический вопрос, вызывающий к вниманию читателя: *«Кто ответит за базар?»*. Данное эмотивное выражение подчёркивает сленговость, преследует прагматическую

функцию неудовлетворения нынешней жизнью, ярко и активно выявляя позицию публициста в коммуникативном акте блога, а именно эмоциональный настрой и характер оценивания им политической ситуации.

Кроме того, как видно из представленного примера, включение автором пословицы «чья морда шире» и трансформированной пословицы «семь раз обмерить» выражают сатирическую интенцию: *«Дело в том, что прежде, чем заявлять себя на чемпионате мира в излюбленном национальном виде спорта – соревновании "чья морда шире", сначала надо морду **семь раз обмерить**, а уж только потом ОПЕК резать»*. Публицист повторно указывает, что именно обмерить.

В публицистическом дискурсе большое внимание при создании текста уделяется приёмам, направленным на психологические реакции индивидов. Объектом авторской рефлексии становится «само положение дел», константные ситуации, связанные с коррупцией и преступностью в структурах власти, шире – политической действительностью. Отсюда и преобладание в текстах негативных эмоций над позитивными. Современную лингвопрагматику интересует роль языка в формировании конкретного речевого высказывания с учётом «контекста ситуации».

Эмотивный компонент публицистического текста ориентируется не только на эмотивные признаки содержания, что свидетельствует об ориентации публицистического дискурса на ментальные реакции и ассоциативные связи в сознании индивида, но и на эмотивные признаки формы, что говорит об ориентации публицистического дискурса на зрительное восприятие текста читателем.

Исследователи утверждают, что весь язык эмотивен и что не существует эмотивно-нейтральной лексики [3, с. 8]. Вместе не только лексика эмотивна, но и синтаксическая система русского языка располагает фразеологизированными моделями построения высказываний, специально предназначенных для выражения эмоций говорящим. В процессе коммуникации обнаруживаются различные реакции человека, информацию о которых несёт язык. Публицистический дискурс ярко отражает современное состояние языка, поэтому считаем необходимым на сегодняшний день изучение эмотивности на материале языка интернет-дискурса.

Проанализировав блоги, мы выявили тенденцию включения не только лексических компонентов, передающих эмотивность, но и синтаксических, стилистических, графических выделений негативных эмоций в тексте.

Список литературы

1. Крутова И. Н. Средства выражения авторской эмотивности в публицистических блогах В. Шендеровича / И. Н. Крутова // Гуманитарные исследования. – 2018. – № 1. – С. 52–57.
2. Пастухов В. Нелюбовь Сечина, или Кто ответит за базар? / В. Пастухов. – Режим доступа: https://echo.msk.ru/blog/pastuhov_v/2624116-echo/, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Шаховский В. И. Полистатусная репрезентация категории эмотивности в языке / В. И. Шаховский // Композиционная семантика : мат-лы 3-ей междунар. школы-семинара по когнитивной лингвистике (18–20 сентября 2002 г.). – Тамбов, 2002. – С. 8–10.
3. Шендерович В. Кампания – заткнуть все глотки, которые ещё произносят правду / В. Шендерович. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2631852-echo/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

References

1. Krutova I. N. Credstva vy`razheniya avtorskoj e`motivnosti v publicisticheskix blogax V. Shenderovicha // Gumanitarny`e issledovaniya, 2018, № 1, pp. 52–57.

2. Pastukhov V. Nelyubov` Sechina, ili Kto otvetit za bazar? Available at: https://echo.msk.ru/blog/pastuhov_v/2624116-echo/.

3. Shakhovskij V. I. Polistatusnaya reprezentaciya kategorii e`motivnosti v yazy`ke // Kompozicionnaya semantika : materialy` 3rd mezhd. shkoly-seminara po kognitivnoj lingvistike (18–20 Sept. 2002). Tambov, 2002, pp. 8–10.

3. Shenderovich V. Kampaniya – zatknut` vse glotki, kotory`e eshhe pro-iznosyat pravdu. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2631852-echo>.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-74-2-076-080

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В РАССКАЗЕ Ю.М. НАГИБИНА «ЗИМНИЙ ДУБ»

Юсупалиева Лилия Нажиповна, старший преподаватель, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121; аспирант, Астраханский государственный университет, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: liliya_270589@inbox.ru.

Статья посвящена исследованию содержания и структуры концептов педагогического дискурса в рассказе Ю.М. Нагибина «Зимний дуб». Базовый концепт «образование» включает в себя концепты «учитель», «ученик», «школа», «класс», «взаимоотношения учителя и ученика». В статье рассматривается вербализация данных концептов в произведении.

Ключевые слова: концепт, дискурс, образование, учитель, ученик, класс

VERBALIZATION OF THE CONCEPTS OF THE PEDAGOGICAL DISCOURSE IN THE STORY BY YU.M. NAGIBIN «THE WINTER OAK»

Yusupalieva Liliya N., senior lecturer, Astrakhan State Medical University, 414000, Russia, Astrakhan, 121 Bakinskaya st.; postgraduate student, Astrakhan State University, Russia, Astrakhan, 20a Tatischev st., e-mail: liliya_270589@inbox.ru.

The article is devoted to the research of content and structure of the concepts of the pedagogical discourse in the story by Yu.M. Nagibin «A winter oak». The basic concept «education» includes concepts «teacher», «pupil», «school», «class», «relationship of the teacher and the pupil». The verbalization of these concepts of the text are considered in the article.

Keywords: concept, discourse, education, teacher, pupil, class

В современном научном сообществе понятие *дискурс* трактуется по-разному. Исследованию данного понятия посвящено множество научных работ. В контексте дискурсивного исследования представляется убедительной позиция Н.Д. Арутюновой, описывающей дискурс как «речь, погруженную в жизнь» [1, с. 136–137].

В нашей статье мы остановимся на педагогическом дискурсе и его концептуальных составляющих. Обратимся к понятию педагогического дискурса как одного из видов институционального дискурса. В.И. Карасик замечает: «Участники педагогического дискурса – учитель и ученик. Учитель наделён правом передавать ученику знания и нормы поведения общества и оценивать успехи ученика. Учитель персонифицирует мудрость поколений и поэтому априорно обладает высоким авторитетом в обществе. <...> Хронотоп педагогического дискурса чётко очерчен: это время, закреплённое за учебным