

**Список литературы**

1. Агаюлова С. И. Структурные признаки концепта «Интернет» / С. И. Агаюлова // Гуманитарные исследования. – 2009. – № 3 (31). – С. 10–15.
2. Любимова Т. Б. Мода и ценность. Мода: за и против / Т. Б. Любимова. – М. : Искусство, 1973. – С. 7–39.
3. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
4. ТСРЯ – Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Скляревской. – СПб. : Фолио-Пресс, 1998. – 700 с.
5. Чурсина О. В. Лингвокультурный концепт «Мода» в языковом сознании и коммуникативном поведении : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. В. Чурсина. – Астрахань, 2010. – 21 с.
6. Эко У. От Интернета к Гутенбергу / У. Эко // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 32. – С. 5–14.

**References**

1. Agagyulova S. I. Strukturnye priznaki koncepta «Internet» // Gumanitarnye issledovaniya, 2009, № 3 (31), pp. 10–15.
2. Lyubimova T. B. Moda i cennost'. Moda: za i protiv. M. : Iskusstvo, 1973, pp. 7–39.
3. Ozhegov S. I., N. Yu. Shvedova. Tolkovij slovar' russkogo yazyka. M. : Azbukovnik, 1999. 944 p.
4. Tolkovij slovar' russkogo yazyka konca XX veka. Yazykovye izmeneniya / ed. G. N. Sklyarevskaya. St.Pb.: Folio-Press, 1998. 700 p.
5. Chursina O. V. Lingvokul'turny koncept «Moda» v yazykovom soznanii i kommunikativnom povedenii. Astrakhan, 2010. 21 p.
6. Eko U. Ot Interneta k Gutenbergu // Novoe literaturnoe obozrenie, 1998, № 32, pp. 5–14.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-026-032

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ СРЕДСТВ  
ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОТИВНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

*Крутова Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, Саратовская государственная юридическая академия, Астраханский филиал, 414056, г. Астрахань, ул. Савушкина, 6/2; докторант, Волгоградский государственный университет, 400062, Россия, г. Волгоград, пр. Университетский, 100, e-mail: dartsk@mail.ru.*

Основное внимание автор уделяет изучению коммуникативно-прагматических функций средств выражения эмотивности публицистического дискурса. Новизна данного исследования заключается в том, что анализируемые высказывания характеризуются не только своеобразием лексического состава, но и синтаксические, графические, стилистические средства также составляют ценность для изучения как эмотивности текста, так и современных процессов, меняющих язык. Цель настоящей работы – выявить и охарактеризовать функциональный потенциал эмотивов в дискурсивном пространстве современной российской публицистики. Результаты исследования показали, что обращение к изучению эмотивных выражений в аспекте прагматического анализа позволяет определить причины выбора данных единиц из ряда альтернативных, а также выявить речевой смысл.

**Ключевые слова:** публицистика, публицистический блог, дискурс, массово-коммуникативное пространство, эмотивно-дискурсивное пространство

## COMMUNICATION-PRAGMATIC FUNCTIONS OF EXPRESSING EMOTIONAL STATES IN THE PUBLICISTIC DISCOURSE

*Krutova Irina N., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Saratov State Law Academy, Astrakhan branch, 414056, Astrakhan, 6/2 Savushkin st., doctoral candidate, Volgograd State University, 400062, Russia, Volgograd, 100 Universitetsky st., e-mail: dartsk@mail.ru.*

The author focuses on the study of communicative-pragmatic functions of means of expressing the emotional states in the publicistic discourse. The novelty of this study is that the statements analyzed are characterized not only by the specificity of lexical composition, but also by syntax, graphic, stylistic means also constitute a value for studying both the text's emotivnost and modern processes that change the language. The purpose of this work is to identify and characterize the functional potential of emotivs in the discursive space of modern Russian journalism. The results of the study showed that reference to the study of emotional expressions in the aspect of pragmatic analysis allows to determine the reasons for selection of these units from a number of alternative ones, as well as to identify speech meaning.

**Keywords:** journalism, publicistic blog, discourse, emotivnost, emotivno-diskursivny space

Публицистический дискурс, представленный разнообразием жанров, представляется некой площадкой для внедрения средств речевого выражения, нацеленных на «вызов» эмоций от своей аудитории. Актуальность исследования обусловлена тем, что эмотивы играют важную роль в качестве составляющего и конструирующего компонента публицистического текста, а также воздействия на оппонента, что требует дальнейшего анализа, поскольку они характеризуются высокой частотностью употребления в дискурсивном пространстве современной российской публицистики.

Эмотивность представляет собой сознательный, запланированный процесс демонстрации эмоций, лингвистическое выражение эмоциональности [6, с. 7], что необходимо для построения публицистического текста. Речь автора-публициста сосредоточена на оппозиции «стимул – реакция», где под реакцией уже понимается обратная связь. Если она произошла, значит осуществилось и воздействие на «своего» читателя: *«Летом 2008-го года, в программе "Плавленный сырок" на радио "Эхо Москвы", я назвал депутата Государственной думы пяти созывов Абельцева "животным йеху", с прямой ссылкой на Джонатана Свифта. Депутат пяти созывов пошёл навстречу самым смелым моим мечтам и подал в суд. Позвонила судья Васюченко, попросила подъехать, расписаться за повестку. – Диктуйте адрес, – покорно сказал я. – Записывайте, – сказала она. – Зоологическая улица... Бог не фраер. Наутро про животное и Зоологическую улицу радостно сообщили десятки СМИ»* [11].

Исследованию языковой категории эмотивности в лингвистике эмоций уделяется особое внимание, и, как отмечал Ж. Вандриес, для лингвиста «чувства приобретают значение только тогда, когда они выражены языковыми средствами» [1, с. 27].

Автора интересует категория эмотивности. Цель данной статьи – анализ средств выражения эмотивности на предмет определения коммуникативно-прагматических функций для выявления речевого смысла, задуманного публицистом. Предметом анализа послужили «топовые» блоги публицистических обозревателей, опубликованных на платформе российской радиостанции «Эхо Москвы».

Достижение указанной цели предполагает решение ряда конкретных задач:  
– выявить прагматический потенциал эмотивных высказываний;  
– проанализировать когнитивно-стилистические, лексические, синтаксические и графические средства выражения эмотивности.

Основу исследования образуют метод сплошной выборки при подборе практического материала, описательного, включающего приёмы лингвистического наблюдения, сопоставления, обобщения, систематизации эмотивов, метода семантических и прагматических интерпретаций, предполагающего комплексное толкование смысла высказываний на основе широкого контекста публицистического дискурса.

Практическая ценность данного исследования определяется тем, что полученные выводы вносят вклад в разработку проблем прагмалингвистики и могут быть использованы в учебных курсах по теории коммуникации, в спецкурсах и спецсеминарах по анализу публицистического текста.

Публицистическая речь используется в разных социальных сферах и выполняет различные функции. Она приспосабливается к задачам и условиям своего функционирования и основными её функциями являются: а) информативная, б) воздействующая или экспрессивная, т.е. «функция убеждения»; в) популяризаторская [8, с. 487].

Функция воздействия, или прагматическая функция, предполагает использование языка для информационного, эмоционально-волевого воздействия на адресата речи. Прагматическая функция в дискурсивном пространстве современной публицистики содержит следующие черты: эмотивность, оценочность, призывность, доступность. Цель прагматического овладения языком – постижение его функционирования в разнообразных жанровых речевых реализациях в рамках социально значимых ситуаций, овладение прагматикой речи через систему и норму языка. Речь полифункциональна и с этой точки зрения исследуется прагматикой.

Речевой смысл помогает обнаружить коммуникативно-прагматические установки употребления говорящим/пишущим средств выражения эмотивности (эмотивов), но, с другой стороны, использование в конкретной ситуации эмотивных выражений с той или иной прагматической целью выявляет её речевой смысл. Интересны обе стороны двунаправленного процесса.

В ходе исследования коммуникативно-прагматических функций эмотивов необходимо выявить:

- а) прагматическую установку (с какой целью отправлено высказывание);
- б) прагматический эффект (каков результат его получения);
- в) пресуппозитивный фон (чем обусловлено употребление высказывания, что за ним стоит) [6, с. 67].

Следовательно, основное прагматическое предназначение эмотивов состоит в выражении автором своего восприятия и оценке конкретных предметов, явлений или каких-либо свойств или же отношений между объектами языкового отражения (в коммуникативном пространстве публицистического дискурса возможен вариант «реплика-посыл / реплика-ответ» в жанре комментария), а также в достижении прагматического эффекта.

В публицистическом дискурсе большое внимание при создании текста уделяется средствам, направленным на психологические реакции индивидов; эмотивный компонент значения присущ всем высказываниям и текстам. «Привлечение внимания» читателя достигается различными средствами: когнитивно-стилистическими, лексическими, синтаксическими и графическими.

Выявление коммуникативно-прагматических свойств средств выражения эмотивности связано с изучением комплекса информативных, воздействующих, а также эстетических составляющих публицистического дискурса. В качестве примеров мы выбрали, ориентируясь на мнение читателей, блоги известных публицистов (топ-7 блогов), опубликованных на сайте «Эхо Москвы».

1. а) *«В течение 20 лет ФОМ чутко отслеживал электоральный рейтинг Путина и его гипотетических конкурентов... «Царь-горы» остался на политическом Олимпе в одиночестве...»;*

б) «Из активных политиков, лёгким движением руки Путина, удалён и сменщик № 1, теперь уже бывший премьер-министр...». Автор блога, который привлёк наше внимание к своей статье «Политическое кладбище Путина» от 20.01.2020, является кремлевский мамковед [5]. Семантика метафоры «царь-горы» относит нас к русской народной игре, в которой задача игрока – занять вершину горы или любую другую определённую правилами игры область и не пускать туда остальных игроков, т.е. обозначает превосходство чего-либо над всем остальным в своей категории. Употребление эмотива в данном контексте отводит читателя к пониманию не только информационной составляющей высказывания, но и к отношению автора к произошедшему факту «на политическом Олимпе». Языковая метафора «политический Олимп» также употребляется в переносном значении, имплицитно ссылаясь на смысл «верхушки политического общества». В толковом словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой [7] лексема «олимп» представлена двумя значениями: 1) обиталище, а также собрание богов. 2) в перен. значении – Об избранной верхушке какого-н. общества. Выделяя тесную взаимосвязь с древнегреческой мифологией, мы понимаем семантическое значение данной метафоры как «место, где вершится суд и выносятся решения».

Публицист тем самым имеет целью «навязать» оценку происходящего «своему» слушателю/читателю, воздействовать на адресата, т.к. дискурс всегда обращён к адресату. С позиции социально-прагматического аспекта публицистический дискурс характеризуется как текст, погруженный в ситуацию общения, где важными признаками дискурса являются связанность текста, обусловленность экстралингвистическими факторами, событийность, целенаправленность социального действия. Все эти характеристики имеют место в приведённом примере.

Когнитивно-стилистическими средствами выражения эмотивности являются метафора, синекдоха, эпитет, градация, гипербола и литота.

Изучение когнитивно-дискурсивных механизмов построения публицистического дискурса позволяет нам выявить прагматический эффект, который достигается либо не достигается в результате организации текста тем или иным образом. В анализируемом примере мы наблюдаем, как автор употребляет в одном высказывании несколько видов эмотивных средств. Так, коммуникативно-прагматическая функция эмотивного высказывания, выраженного фразеологизированной цитатой «лёгким движением руки», является «иронией, тонкой насмешкой», семантически связанной с описанием происходящей ситуации.

Рассмотрим следующие примеры:

2. а) «В деле Иссахар каждый получает свой кусочек еврейского счастья: Путин – целое подворье, что кусочком явно не назовёшь, а Нетаньяху – прекрасный пиар премьер-освободителя, ибо 30 января он прибудет в Москву с визитом и уедет вместе с Иссахар».

Каждый имеет свой кусочек Путина. Путин удобен и с ним всегда можно договориться с пользой для себя»;

б) «Похоже, мы наблюдаем печальную правду – европейские политики устали от Путина и, осознав, что он будет у власти ещё **то ли двадцать, то ли сто двадцать лет**, а у них самих на носу всяческие выборы, складывают лапки в позе покорности» [4]. Обозреватель Матвей Ганапольский в своей статье «Запах большой войны» от 30.01.2020 также использует эмотивные высказывания, коммуникативно-прагматические функции которых имеют широкий диапазон – от привлечения внимания читателя к «красному словцу» до мифологизации личности. В качестве лексических средств выражения эмотивности в публицистическом дискурсе выступает эмотивная лексика. Эмотив «премьер-освободитель» отводит нас к аналогии «воин-освободитель», тем самым мифологизируя образ современного политика. Мифологизация сознания непосредственно влияет на формирование современной действительности, выступает как элемент всякого

личностного сознания [2, с. 54]. Исходя из контекста, мы понимаем, что данное высказывание используется публицистом для выражения сарказма, недоверия к определённому политическому лицу.

Основное прагматическое предназначение средств эмотивности состоит в выражении автором/говорящим своего восприятия и оценки конкретных предметов, явлений или каких-либо свойств или же отношений между объектами языкового отражения, а также в достижении прагматического эффекта [6, с. 87]. Это можно наблюдать в анализируемом примере, в котором автор использует стилистический приём гиперболизации *«то ли двадцать, то ли сто двадцать лет»*. Данный приём выбран автором для усиления прагматического эффекта. Любое высказывание формируется человеком в определённой ситуации, с определёнными целями. Публицист не только доводит информацию до слушателя/читателя, но и даёт оценку, тем самым воздействуя и формируя его мнение. Внешние условия общения, присутствующие в сознании говорящего в момент осуществления речевого акта, а также результативность прагматического эффекта, выражающаяся в реакции адресата, представляют коммуникативно-прагматическую ситуацию.

Рассмотрим блог, автором которого является политолог Аббас Галлямов. В своей статье *«Почему Путин ничего не объясняет?»* (05.02.2020) автор использовал риторический вопрос как в названии, так и не единожды в тексте: *«Казалось бы, чего проще?! Возьми, да и пройдишь по всему списку поправок. Объясни, чем каждая из них хороша. В чём общество выигрывает, если президент получит право отрешать от должности судей Верховного и Конституционного судов? Какая проблема будет решена, если президент сможет преодолевать с помощью Конституционного суда парламентское вето? Чем так хороши "сенаторы Российской Федерации", что надо разбавить ими сенаторов обычных – региональных?»* [3]. Очевидно, что автор использует данную стилистическую фигуру не для того, чтобы получить интересующую его информацию, а, наоборот, для привлечения внимания аудитории и создания атмосферы «живого диалога». Соответственно, коммуникативно-прагматической функцией риторического вопроса *«Казалось бы, чего проще?!»* является настрой читателя на получение информации, вызов его ответной реакции на происходящую ситуацию. Публицист не только подготавливает оппонента к предстоящей «порции» информации, но и негласно навязывает свою точку зрения. К синтаксическим средствам выражения эмотивности относятся тропы (риторический вопрос, риторическое восклицание, риторическое обращение), конструктивные макрофигуры (параллелизм, изоколон, эпанафис, анафора, эпифора, анадиплосис, диафора) и деструктивные макрофигуры (тмезис, парцелляция). Вышеприведённый пример демонстрирует это как нельзя лучше: уже в заглавии автор использует риторический вопрос.

Эмотивность часто выражается в интернет-дискурсе, куда относится и рассматриваемый нами публицистический блог. При этом графическими средствами являются супраграфемные, синграфемные, топографемные средства и архитектура текста, согласно классификации А.Г. Баранова и П.Б. Паршина. Данные средства также играют большую роль при восприятии высказывания читателем. К примеру, выделение различными способами текста для акцентуации внимания на особо важном отрезке.

В блоге Виктора Шендеровича данные средства применялись не раз:

1. *«...А фильм мы с Ira Litmanovich очень надеемся сделать, и хороший фильм. Вот только соберём денежки на Планете, и обязательно снимем!»*.

В данном примере встречается приём художественно-стилистического варьирования знаков препинания (синграфемные) – многоточие. Функцией данного средства является обозначение пропуска текста, обрыв, недосказанность. Также употреблены прием выделения фрагмента цветом и варьирования шрифтом, что относится к супраграфемным средствам.

2. «Ну, давайте, робяты, попробуем снять это проклятье.

По слогам, три, четыре:

– Шен-де-ро-вич.».

В статье В. Шендеровича «Ну, давайте, робяты, попробуем снять это проклятье» от 06.12.2019, помимо лексических средств выражения эмотивности, присутствуют и графические, а именно топографемные – пространственного расположения текста. Прагматическая цель такого выделения очевидна – обращение внимания читателя на выделенный отрезок.

Анализ прагматических факторов при обращении к рациональности эмотивных выражений позволяет нам определить причины выбора данных единиц из ряда альтернативных, определить с какой целью / намерением / настроением публицист задумал это «сообщение», а также выявить особенности смысловой структуры эмотивов.

Публицистический текст должен не только представлять информативную ценность для адресата, но и быть наделён эмотивной составляющей, прагматическая функциональность которой заключается в привлечении внимания «своего» читателя, отображении оценки и/или характеристики событий политической, экономической, светской жизни, социального воздействия.

### Список литературы

1. Вандриес Ж. Язык / Ж. Вандриес. – М., 1937. – С. 181.
2. Васильев С. С. Мифологизация массового сознания к вопросу о философии и методологии исследования проблемы / С. С. Васильев // ИСОМ. – 2009. – № 1. – С. 52–57.
3. Галлямов А. Почему Путин ничего не объясняет? / А. Галлямов. – Режим доступа: [https://echo.msk.ru/blog/gallyamov\\_a/2582678-echo/](https://echo.msk.ru/blog/gallyamov_a/2582678-echo/), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 01.02.2020).
4. Ганопольский М. Запах большой войны / М. Ганопольский. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/ganapolsky/2579608-echo/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 01.02.2020).
5. Кремлевский мамковед. Политическое кладбище Путина. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/kremlmother/2578282-echo/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 01.02.2020).
6. Крутова И. Н. Реализация эмотивных синтаксических идиом в художественном дискурсе (на материале современной русской прозы) : монография / И. Н. Крутова. – Астрахань : Изд-во Астраханского художественного училища (техникума) им. П.А. Власова, 2017. – 108 с.
7. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ИТИ Технологии, 2007. – 944 с.
8. Храмушина Л. М. Прагматические функции повторов в публицистическом тексте / Л. М. Храмушина // Молодой учёный. – 2013. – № 5. – С. 487–489.
9. Шаховский В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации / В. И. Шаховский // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 59–65.
10. Шендерович В. Ну, давайте, робяты, попробуем снять это проклятье / В. Шендерович. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2549557-echo/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 02.02.2020).
11. Шендерович В. Эффект Стрейзанд и необучаемые долбо... / В. Шендерович. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2414289-echo/>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 20.01.2020).

### References

1. Vandries Zh. Yazyk. M., 1937. P. 181.
2. Vasil'ev S. S. Mifologizaciya massovogo soznaniya k voprosu o filosofii i metodologii issledovaniya problemy // ISOM, 2009, № 1, pp. 52–57.

3. Gallyamov A. Pochemu Putin nichego ne ob"yasnyaet? Available at: [https://echo.msk.ru/blog/gallyamov\\_a/2582678-echo/](https://echo.msk.ru/blog/gallyamov_a/2582678-echo/) (01.02.2020).
4. Ganapol'skij M. Zapah bol'shoj vojny. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/ganapolsky/2579608-echo/> (01.02.2020).
5. Kremlevskij mamkoved. Politicheskoe kladbishche Putina. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/kremlmother/2578282-echo/> (01.02.2020).
6. Krutova I. N. Realizaciya emotivnyh sintaksicheskikh idiom v hudozhestvennom diskurse (na materiale sovremennoj russkoj prozy). Astrakhan: Astrakhan Art College after P.A. Vlasov Publ., 2017. 108 p.
7. Ozhegov S. I., Shvedova N. Yu. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka. M.: ITI Tekhnologii, 2007. 944 p.
8. Hramushina L. M. Pragmaticheskie funkicii povtorov v publicisticheskom tekste // Molodoj uchenyj, 2013, № 5, pp. 487–489.
9. Shahovskij V. I. Yazykovaya lichnost' v emocional'noj kommunikativnoj situacii // Filologicheskie nauki, 1998, № 2, pp. 59–65.
10. Shenderovich V. Nu, davajte, robyaty, poprobuem snyat' eto proklyat'e. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2549557-echo/> (02.02.2020).
11. Shenderovich V. Effekt Strejzand i neobuchaemye dolbo... Available at: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2414289-echo/> (20.01.2020).

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-032-037

#### ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «ЖЕНЩИНА» И «МАТЬ»

*Багринцева Ольга Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: bagrintsevaob@gmail.com.*

*Досимова Марта Саионовна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: aleoniya@mail.ru.*

Данная статья посвящена изучению средств языковой объективации фрагментов русской национальной концептосферы «женщина» и «мать». Исследование выполнено в рамках семантико-когнитивного направления когнитивной лингвистики. В статье проанализированы фразеологические единицы русского языка, которые выступают одним из средств репрезентации концептов в языке. Цель данной работы состоит в описании содержания (когнитивной структуры) концептов «женщина» и «мать» с помощью обработки лексикографического материала. Фразеологический материал, полученный в результате сплошной выборки из лексикографических источников русского языка, был обработан методом когнитивной интерпретации. Данная процедура позволила выявить множество когнитивных признаков, вербализующих данные концепты и образующих их содержание.

Большое количество когнитивных признаков свидетельствует о том, что рассматриваемые концепты «женщина» и «мать» являются коммуникативно релевантными концептами русской национальной концептосферы. Помимо этого, было установлено, что концепты «женщина» и «мать» соотносятся друг с другом гиперо-гипонимически, а выявленные при анализе когнитивные признаки концепта «мать» пополняют представления о содержании концепта «женщина».

Описанные в данной статье методика и результаты могут быть использованы для лингвокогнитивного анализа других концептов русской концептосферы.

**Ключевые слова:** концепт, концепт «женщина», концепт «мать», когнитивный признак, фразеологическая объективация