

7. Pal'shin K. Sluhi na zakaz // Kompanija, 2007, September 24, № 5, pp. 54–57.
8. Platonov K. K. Kratkij slovar' sistemy psihologicheskikh ponjatij. M. : Vysshaja shkola, 1981. 175 p.
9. Psihologija: slovar' / ed. A. V. Petrovskij, M. G. Jaroshevskij. 2<sup>nd</sup> ed. M.: Politizdat, 1990. 494 p.
10. Mel'nichuk A. S. Formirovanie sluhov v formirovanii korporativnoj kul'tury kompanii: Mozhno li upravljat' sluhami, kto i kak dolzhen jeto delat' // Ofis-fajl, 2008, № 110, pp. 72–76.
11. Vakarina E. A., Stepchenko T. S. Neformal'nye kommunikacii v dejatel'nosti organizacii // Jekonomika i predprinimatel'stvo. Available at: <http://naukarus.com/neformalnye-kommunikatsii-v-deyatelnosti-organizatsiy>.
12. Levkievskaja E. E. Sluhi kak rechevoj zhanr. Available at: [http://www.ruthenia.ru/folklore/Is09\\_program\\_levkievskaya.htm](http://www.ruthenia.ru/folklore/Is09_program_levkievskaya.htm).
13. Stroganova I. V. Rol' sluhov v korporativnoj kul'ture firmy i nekotorye aspekty upravlenija imi // Vestnik povolzhskogo instituta upravlenija, 2010, № 2 (23), pp. 177–182.
14. Bljek S. PR: mezhdunarodnaja praktika. M.: Dovgan', 1997, 150 p.
15. Losenkov V. A. Social'naja informacija iz zhizni gorodskogo naselenija, L.: Nauka, 1983. 232 p.
16. Nazaretjan A. P. Agressivnaja panika, massovaja panika, sluhi: Lekcii po social'noj i politicheskoj psihologii, SPb. : Piter, 2003.
17. Ol'shanskij D. V. Psihologija mass, SPb.: Piter, 2001. 240 p.
18. Apresjan V. Ju., Shmelev A. D. Ksenopokazateli po dannym parallel'nyh korpusov i sovremennyh SMI: russkoe jakoby // Komp'juternaja lingvistika i intelektual'nye tehnologii. Available at: <http://www.dialog-21.ru/media/3897/apresjanvjushmelevad.pdf>.
19. KZUR – kartoteka zapisej ustnoj rechi.
20. Ul'janova M. A. Klassifikacija zhanrov internet-diskursa // Lingua mobilis, 2014, № 3, pp.102–110.
21. Orishev A. B. Upravlenie soznaniem: tehnologija «sluhi» // Biznes i dizajn revju, 2018, № 2 (10), p. 8.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-062-066

#### **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ (НА ПРИМЕРЕ БЛОГОВ И КОММЕНТАРИЕВ К НИМ)**

*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.*

*Паршина Мария Васильевна, кандидат филологических наук, Астраханский государственный технический университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 16, e-mail: mariya.parshina@inbox.ru.*

В статье рассматривается эмотивность как стилевой признак публицистической речи. Публицисты пользуются широким спектром языковых и графических средств для воздействия на читателя, что и вызывает интерес лингвистов к изучению дискурсивного пространства современной публицистики. В данном исследовании предприняты попытки анализа языковых средств, присущих современной публицистике.

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

LINGUISTIC MEANS OF EXPRESSING EMOTIONAL STATES IN  
CONTEMPORARY PUBLICISTIC WRITING (USING BLOGS AND COMMENTS)

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

*Parshina Mariya V., Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State Technical University, 414056, Russia, Astrakhan, 16 Tatishchev st., e-mail: mariya.parshina@inbox.ru.*

The article looks at emotivnost as a stylistic sign of publicistic speech. Publicists use a wide range of language and graphic means to influence their reader, which is the interest of linguists in studying the discursive space of modern publicistics and this study attempts to analyze the linguistic means of this style of speech.

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

Соответствующее современному миру разнообразие коммуникаций неразрывно связано с увеличением количества источников информации, технической оснащённости государственного аппарата и граждан, а также с появлением у читателя возможности реализовывать и создавать собственные информационные продукты, коим является блог и комментарии к нему как специфическая форма интернет-коммуникации, и шире – публицистического стиля. Самый проверенным и безошибочным методом воздействия на человеческое сознание продолжает оставаться обращение к эмоциям и чувствам реципиента.

Эмотивность – лингвистическая характеристика речевых средств или всего текста, понимаемого как совокупность языковых средств, способных произвести эмоциональный эффект, то есть вызвать у реципиента соответствующие эмоции [5, с. 67]. Она свойственна языковым средствам (слову, фразеологизму и т.п.: они могут быть эмотивными, выражающими в себе какую-либо эмоцию-отношение), человеку, лицу (он может быть эмоциональным), указывает на состояние психики человека. Эти два понятия необходимо разграничить: «эмоции – обозначение чувств-переживаний, эмотивность – обозначение психических процессов, связанных с эмоциями, но не сводимых только к ним» [2, с. 253].

В качестве иллюстративного материала мы взяли комментарии (в количестве 244 на 05.01.2020) к блогу Владимира Пастухова на «Эхо Москвы» и, в частности, его статью «Блефанутые: доиграют ли Путин и Трамп холодную войну до логического конца» [3]. Уже в заголовке мы можем наблюдать авторское самовыражение в форме окказионализма, авторского словообразования, что однозначно должно привлечь внимание читателя/слушателя, так как имеет в своей основе «блеф» (выдумка, ложь с целью запугать или внушить другому преувеличенное представление о чем-либо) и постфиксы -а-, -ну-, -т- (суффикс -ну- употребителен в разговорном стиле). Здесь мы видим, что публицист прибегает к жаргонным выражениям, в частности, сетевого плана, дабы показать читателю своё крайне негативное отношение к политической действительности. Выделяем авторский приём переложения одного смысла посредством другого, в данном случае происходит замена инвективы, но постфикс -нутые отводит нас к пониманию «прямого» значения.

В соответствии с авторским замыслом и выраженным им негативным отношением к политической ситуации, проанализировав комментарии к данному блогу, мы не можем не выделить следующее.

1. *Всё вроде так, но что примечательно и странно!? Эскалацией гонки вооружений и раздуванием геополитических конфликтов занимаются те, у кого все есть и кому на Руси и в США жить хорошо. Все они ну очень обеспеченные люди, имеют власть и деньги, огромные возможности творить добро и вообще прославиться хорошими делами. Им уж точно есть, что терять, да и о детях своих могли бы подумать. Но они действуют по формуле старухи Шапокляк «Хорошими делами прославиться нельзя». Ну не дураки разве!? А малоимущие, у которых жизнь – не сахар и куча проблем призывают к благоразумию, к миру, к сотрудничеству. Им жизнь почему-то дороже, они чувствуют ответственность перед своими детьми. Странно это, быть беде. Дobleфуются, однако.*

В данном комментарии нас заинтересовало немало эмотивных выражений. Экспрессивность текстов, их оценочность создаётся различными средствами. Сатирическая интенция автора-публициста выражается в трансформации пословицы (ср. «Коли быть беде, то её не минуешь» [1] – «быть беде») в соответствующем ей значении. Стоит отметить, что данная пословица также является единицей интертекстуального поля:

а) «Горя знать не будешь... Цирики, как увидели этого мохнатого, за головы взялись и в снег сели: **быть беде**. Кричат, бедные: «Йети, йети!». И так и не поднялись потом до самого конца... [Андрей Лазарчук, Михаил Успенский. Посмотри в глаза чудовищ (1996)];

б) «Тиша, на кого ты меня оставляешь! **Быть беде** без тебя! **Быть беде!** Кабанов [А. Н. Островский. Гроза (1860)];

в) — Не выдумываю! Ежели священник на дороге встретится, то **быть беде**, а он каждый раз, как я еду на выборы, всегда норовит мне навстречу выехать. Старый, чуть живой, помирать собирается, а такая злоба, что не приведи создатель! Недаром уж двадцать лет за штатом сидит! [А.П. Чехов. Не судьба! (1885–1886)] и др.

Включение автором фразеологизмов «жизнь – не сахар», «кому на Руси <и в США> жить хорошо» преследует прагматическую функцию неудовлетворения нынешней жизнью, ярко и активно выявляют позицию комментатора в коммуникативном акте блога, а именно эмоциональный настрой и характер оценивания им политической ситуации.

Кроме того, как видно из анализируемого примера, характерной чертой дискурса публицистики становится употребление выражений, относящих нас к разговорности, снижающих стиль. Такими являются глагол «**dobleфуются**» и риторический вопрос «**Ну не дураки разве!?**».

2. *Путин в силу ... видит только две возможности – или его полная и ничем не ограниченная власть в России или райская жизнь, но в потустороннем мире. Ну а в идеале конечно ему как и всякому мелкому человечку хочется мирового признания, авторитет – но это уже дополнительно. Вообще конечно Россия и её граждане крепко попали с Путиным. **Расхлёбывать** придется долго, если конечно раньше в путинский рай не попадём [3, 24 октября 2018].* Обращаем внимание на комментарий, в котором выделяем эпитет «мелкому человечку». Данное уменьшительное нарицание показывает пренебрежительное отношение автора комментария к первому лицу нашего государства. Это выделяется и этимологией лексемы «мелкий» и суффиксом -чк-. Глагол «расхлёбывать» имеет только отрицательную окраску и употребляется исключительно в разговорном дискурсе. Автор комментария, таким образом, хочет вступить во взаимодействие как с автором блога, так и с читателями/слушателями, происходит «включение» соответствующего стилистического регистра – эксплицитных, оценочно-отрицательных смыслов.

3. *В своё время понимание того, что ситуация становится неуправляемой, заставило подписать договор. В случае **путина** никакой речи не может идти о понимании. Никакого у него понимания ни о чём, кроме*

раздевания страны до подштанников под аплодисменты **холуев** нет. Трампу хоть **пенделя** дадут рано или поздно. А в России ни лидер, ни **взрощенный пометом народ** так ничего и не поймут до вплоть до **новообещанного рая** [3, 24 октября 2018].

Итак, имея первоначальный негативный эмоциональный настрой при вступлении в общение, адресант указывает на предмет разговора, точнее, на лицо/лица, уже указанные в названии блога, заранее нивелируя факт его главенства, придавая нарицательное значение имени собственному. Данный приём можно отнести и к графическому выделению текста. «Холуев» – акцентуация посредством включения архаизма высокого стиля, несущего прагматическую функцию неодобрения. Следующая лексема, обратившая наше внимание, это лексема, выдернутая из идиомы «волшебный пендель», означающая «дать пинок» и передающая явное негативное отношение автора к лицу. Объектом, который становится центром авторской рефлексии, становится «само положение дел», константные ситуации, связанные с коррупцией и преступностью в структурах власти, шире – политической действительностью. Следующая эмотивная идиома, включённая в прагматический комплекс, – «**взрощенный пометом народ**» – не что иное, как метонимия – средство, в основе которого лежит замена одного слова другим на основе смежности.

Таким образом, 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 читателя текста, о том, что в публицистическом дискурсе большое внимание при создании текста уделяется приёмам, направленным на психологические реакции индивидов. Авторские приёмы разнообразны, в статье мы проанализировали и сгруппировали лексические средства выражения эмотивности, также отметим графические (выделение жирным шрифтом, написание фамилий со строчной буквы), что определённо воздействует на зрительное восприятие читателя.

#### Список литературы

1. Даль В. Пословицы русского народа / В. Даль. – Режим доступа: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/dal/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/dal/index.php), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 05.01.2020).
2. Зимин В. И. Эмотивность идиом русского языка / В. И. Зимин // Рациональное и эмоциональное в языке и речи: средства художественной образности и их стилистическое использование в тексте : межвуз. сб. науч. тр. – М. : МГОУ, 2004. – С. 253.
3. Комментарии – Блефанутые: доиграют ли Путин и Трамп холодную войну до логического конца // Эхо Москвы. Блог В. Пастухова. – Режим доступа: [https://echo.msk.ru/blog/pastuhov\\_v/2302303-echo/comments.html#comments](https://echo.msk.ru/blog/pastuhov_v/2302303-echo/comments.html#comments), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (дата обращения: 05.01.2020).
4. 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.
5. Маслова В. А. Параметры экспрессивности текста / В. А. Маслова // Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. – М., 1991.
6. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 320 с.

#### References

1. Dal' V. Poslovicey russkogo naroda. Available at: [https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/dal/index.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/dal/index.php) (05.01.2020)

2. Zimin V. I. Emotivnost' idiom russkogo yazyka // Racional'noe i emocional'noe v yazyke i rechi: sredstva hudozhestvennoj obraznosti i ih stilisticheskoe ispol'zovanie v tekste. M.: MSOU, 2004. P. 253.

3. Kommentarii – Blefanutye: doigrayut li Putin i Tramp holodnuyu vojnu do logicheskogo konca // Ekho Moskvyy. Blog V. Pastuhova. Available at: [https://echo.msk.ru/blog/pastuhov\\_v/2302303-echo/comments.html#comments](https://echo.msk.ru/blog/pastuhov_v/2302303-echo/comments.html#comments). (05.01.2020).

4. 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.

5. Maslova V. A. Parametry ekspressivnosti teksta // Chelovecheskij faktor v yazyke. Yazykovye mekhanizmy ekspressivnosti. M., 1991.

6. Tertychnyj A. A. Zhanry periodicheskoy pechati. M.: Aspekt Press, 2002. 320 p.

DOI: 10.21672/1818-4936-2020-73-1-066-072

### ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЦИНЕ

*Байдашева Эльвира Максutowна, кандидат психологических наук, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121, e-mail: bem27@mail.ru.*

Данная статья посвящена терминологическому описанию лексических единиц с компонентом цветообозначения в современной медицине. Рассмотрены различные термины для обозначения слов и выражений со значением цвета. Выявлены особенности цветообозначения английских медицинских терминов и терминов элементов греко-латинского происхождения. Анализу подвергнута система наименований цвета и её основные тенденции, представлены хроматические и ахроматические значения цвета, название растений в фармакогнозии на разных языках с компонентом цветообозначения. Выявлено, что термины в английском языке могут изменять свою семантику в современном языке медицины. Доказано, что *цвет* в медицинских исследованиях может быть показателем физиологического и патологического состояния органов и кожных покровов пациента. Выявленные семантические компоненты отождествляются с концептуальными признаками, а колористическая номинация служит в данном случае для дифференциации клинических признаков, а не только для визуального различения объектов.

**Ключевые слова:** терминологическое описание, цветолексема, колоратив, медицинский термин, тенденция, оттенок, цвет

### TERMINOLOGICAL DESCRIPTION OF LEXICAL UNITS WITH A COMPONENT OF COLOR DESIGNATION IN MODERN MEDICINE

*Baydasheva Elvira M., Candidate of Psychological Sciences, Astrakhan State Medical University, 414000, Russia, Astrakhan, 121 Bakinskaya st., e-mail: bem27@mail.ru.*

This article is devoted to the terminological description of lexical units with a component of color designation in modern medicine. The various terms for words and expressions with the meaning of color are considered. The features of the color designation of English medical terms and term elements of Greek – Latin origin are revealed. The system of color names and its main features are analyzed, chromatic and achromatic values of color are presented, and the name of plants in pharmacognosy in different languages with a component of color designation is