

14. Repina V. N. Ob"ektivaciya etnokul'turnyh cennostej bazovymi koncepcijami russskoj idiomatiki. Astrakhan, 2007. 220 p.

15. Russkij associativnyj slovar' : in 2 vol. / Yu. N. Karaulov, G. A. Cherkasova, N. V. Ufimceva, Yu. A. Sorokin, E. F. Tarasova. M. : OOO «Izdatel'stvo Astrel'» : OOO «Izdatel'stvo AST», 2002. Vol. I. Ot stimula k reakcii. 784 p.

ЗАГОЛОВОК ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА КАК ФОРМИРУЮЩИЙ РЕГУЛЯНТ ЭМОТИВНО-ДИСКУРСИВНОГО ПРОСТРАНСТВА

Крутова Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, 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 связи с ускорением процесса коммуникации в настоящее время заголовок становится одним из основных языковых образований, участвующих в организации публицистического дискурса. В статье рассматривается организация заголовков публицистического дискурса с точки зрения эмоционального сопровождения и воздействия автора на реципиента. Эмотивный компонент прагматического значения заголовка является предметом исследования, а эмотивный план – причиной, побуждающей адресанта / автора к созданию текста.

Ключевые слова: публицистика, когнитивные процессы, дискурс, эмотивность, рефлексия, публицистический текст, коммуникативное поведение, коммуникативная стратегия

HEADLINE OF THE PUBLICISTIC TEXT AS A FORMING REGULATOR OF EMOTIVE-DISCURSIVE SPACE

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 ave., e-mail: dartsk@mail.ru.

In connection with the acceleration of the communication process, the title is now becoming one of the main language formations involved in the organization of journalistic discourse. The article deals with the organization of journalistic discourse headlines from the point of view of emotional support and the author's influence on the recipient. The emotive component of the pragmatic meaning of the title is the subject of the study, the emotive plan is the reason that encourages the addressee / author to create the text.

Keywords: journalism, cognitive processes, discourse, emotivity, reflection, journalistic text, communicative behavior, communicative strategy

В конце XX века в связи с активными преобразованиями политической и экономической жизни страны претерпевает изменения и литературная жизнь. Коммуникация государства с его гражданами занимает передовые позиции, а современные политико-коммуникативные технологии являются одними из важнейших факторов завоевания, удержания и использования политической власти в стране. Способность человека к отражению окружающей действительности и является основой человеческой коммуникации, осуществляемой средствами языка. Соответствующее современному миру нарастание сложности и разнообразия коммуникаций неразрывно связано с увеличением количества и качества источников информации, технической оснащённости

государственного аппарата и граждан, а также появлением у массового зрителя / слушателя возможности реализовывать и создавать собственные информационные продукты, коим и является блог как специфическая форма интернет-коммуникации. Самым проверенным и безошибочным методом воздействия на человеческое сознание продолжает оставаться обращение к эмоциям и чувствам реципиента. Намечаются прогрессивные процессы в публицистике этого периода, становится явным освобождение журналистики от цензуры, а также изменение социокультурного статуса писателя. С этим связано и увеличение числа эмотивно-экспрессивных конструкций, реализующих эмоции неудовольствия. Данные конструкции функционируют как в полном объёме текста, так и концентрируются в его заголовочном комплексе, поскольку их наличие обусловлено коммуникативной стратегией.

Коммуникативную стратегию исследователи понимают как сверхзадачу речи, диктуемую практическими целями говорящего; как «эвристическое интенциональное планирование дискурса для достижения его участниками кооперативного результата» [3, с. 170]. Так, по своей сути, заголовок является одним из элементов планирования эмотивно-дискурсивного пространства публицистического текста.

Эмотивный компонент варьируется в двух видах: значение и сознание (коннотация). Функцией эмотивного значения заголовка является самостоятельное выражение типизированного эмоционального состояния или отношения говорящего к "миру", к примеру: *«Давайте не сходить с ума, а?»* (В. Шендерович, 31.10.2016). Анализируя текст данного блога, наблюдаем, что функцией эмотивной коннотации является эмоциональное сопровождение логико-предметной номинации, передающее эмоциональное отношение говорящего к объекту номинирования: *«Айдер Муждабаев пишет: "Русский мир" – это не только Моторола и прочие девианты. Но, например, и хороший русский писатель Борис Акунин, который, живя не в России, приехав в Киев, выступая в украинском телеэфире, так и не решился выговорить три слова: "Крым – это Украина". Испуганно произнёс: "Крым – это не Россия". И потом ещё какую-то чепуху. "Русский мир" – это не только ложь, это ещё когда ты боишься правды" <...> У меня есть предложение, Айдер. Не только к тебе. Еще, например, к доброй сотне бесстрашных врагов режима <...> Предложение такое: давайте не сходить с ума, а?»*. Центральными критерием коммуникативного поведения можно считать «способность языковой личности к согласованности своего дискурсивного поведения с действиями партнера по социально-коммуникативному взаимодействию» [4, с. 6]. В случае публицистического текста таким партнёром является читатель, и публицист организует своё коммуникативное поведение в соответствии с принципами, такими, как внимание к адресату; близость содержания речи интересам и жизни адресата; конкретность (отбор слов, структура речи и т.п.), и в соответствии с речевой стратегией.

В основе характеристики речевого поведения включена установка на партнёра коммуникации, в зависимости от его коммуникативной компетенции выделяют такие характеристики, как конфликтность / кооперативность [1, с. 63]. В данном высказывании ярко выражен рационально-эвристический тип речевой стратегии, где в ситуации конфликта прослеживаются такие характеристики, как опора на рассудочность, здравомыслие, негативные эмоции, которые выражаются косвенным, непрямым способом, в виде иронии, именно в названии заголовка и в идентичном ему последнем предложении, где автор использовал идиому «сойти с ума». Прагматическая функция данной идиомы состоит в усилении воздействия на реципиента и вызова определённой реакции-эмоции. Очевидно, что данная интенция не может не отразиться в выборе автором языковых и стилистических ресурсов языка, что мы и наблюдаем, начиная уже с заголовков.

Объектом авторской рефлексии становится «само положение дел», константные ситуации, связанные с коррупцией и преступностью в структурах власти, шире – политической действительностью [2, с. 54]. Согласно проведённому анализу отмечаем, что ожидания читателя соответствуют тем эмотивным признакам, которые содержатся в заголовках. Например, в заголовке к блогу от 02.03.2018 «Бездна, Капец и Пипец» посредством использования лексических единиц сетевого жаргона подчёркивается авторская эмотивность. В данной ситуации намерением публициста является выражение своей оценки ситуации с завуалированной инвективной лексемой в более адаптивной форме молодёжного интернет-сленга. Прагматическая функция данного заголовка – воздействие на читателя, передача негативных эмоций, реакция на ситуацию, на происходящее. Анализ прагматических функций эмотивных вставных конструкций также доказывает, что в публицистике Виктора Шендеровича данные единицы довольно ярко и активно выявляют позицию писателя в коммуникативном акте блога, а именно эмоциональный настрой и характер оценивания им политической ситуации.

В связи с ускорением процесса коммуникации в настоящее время заголовки становятся одним из основных языковых образований, участвующих в организации публицистического дискурса. Исследование и выявление принципов построения эмотивного, содержательного и формального планов заголовка представляет собой уникальную возможность проследить или, по крайней мере, обозначить связи и особенности интеракции между сообщением и сознанием человека. Примером может служить текст блога под названием «Засуньте свои угрозы и санкции обратно» Александра Горного (Эхо Москвы). Посредством глагола стилистически сниженной лексики, явно выражающего негативную окраску, показано отношение автора к политической действительности. В тексте блога также прослеживается агрессивный ответ на реалии жизни полуострова Крым, отлитый в виде эмотивных синтаксических идиом: *«Так же, 8 ноября Минфином США был опубликован обновленный санкционный список, куда были включены санатории Мрия, Мисхор, Дюльбер, Ай-Петри, несколько физлиц и предприятий...Страшно от этого всем так, что аж хвост дрожит, если бы он был. Это очередное сотрясение воздуха напоминает цирк без зрителей, где по арене бегают клоуны и сами себя громко веселят. Ничего кроме очередного раздражения и желания отмахнуться, как от надоедливой назойливой мухи эти шаги Украины и США не вызывают»* [7].

Ментальное и эмоциональное начала взаимодействуют и проявляются в деятельности индивида в неодинаковой степени в разных видах дискурса, и, так как публицистический дискурс ярко отражает современное состояние языка, мы считаем необходимым на сегодняшний день изучение эмотивности на материале языка интернет-коммуникации, а именно публицистических блогов.

Заголовки, содержащие эмотивный и оценочный компоненты значения, в большей степени влияют на перцептивную составляющую сознания читателя и способствуют формированию интенции к прочтению статьи, что подтверждает важность эмотивности в организации публицистического дискурса. К примеру, заголовок «Всё тут шито косо» выражает сатирическую интенцию публициста, несёт отрицательное отношение автора к происходящему, ср. фразеологизм «шито крыто» в соответствующем ему значении «о чём-нибудь, что может остаться в полной тайне, совсем незамеченным, к чему нельзя придраться, как к совершенно правильному по виду» [6].

Эмотивный компонент заголовка публицистического текста сконцентрирован на эмотивных признаках содержания, что свидетельствует об ориентации публицистического дискурса на ментальные реакции и ассоциативные связи в сознании индивида; эмотивный компонент заголовка сосредоточен на эмотивных признаках 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; эмотивный компонент значения присущ всем высказываниям и текстам, в частности, изучаемому заголовку.

Эмотивность заголовка способствует формированию эмотивного плана публицистического дискурса, который является неотъемлемой частью дискурса в целом. На построение эмотивного плана влияют также эмотивные элементы, заложенные в заголовок публицистического текста: приёмы экспрессивного повтора, лексика сетевого жаргона, перечисления однородных членов предложения, риторические вопросы, прямая речь, кавычки, использование числительных, образных выражений, просодических средств языка. Уже на примере заголовка «Бездна, Капец и Пипец» мы видим применение таких элементов, отражающих эмотивность, как экспрессивный повтор, образное выражение, рифма, перечисление однородных членов и лексика сетевого жаргона, использование «чужого слова» для усиления авторской эмотивности и воздействия на своего читателя.

Анализ заголовка на предмет содержания разных признаков эмотивности показал, что в публицистическом тексте упор делается на содержательной стороне высказывания. Заголовки, содержащие эмотивные признаки, исходя из результатов исследования, составляют основу публицистического дискурса. Неэмотивные заголовки в меньшей степени вызывают интенцию к прочтению, следовательно, они не так эффективны в организации публицистического дискурса, как эмотивные.

Современный публицистический дискурс обладает определёнными свойствами: модальностью, содержанием элементов разговорного стиля, многообразием тематических рубрик, убеждающей направленностью, обязательной корреляцией с такими экстралингвистическими факторами, как личностные качества и установки адресанта и адресата текста и ситуативно-событийный временной континуум.

Заголовок – одна из важнейших единиц текста, обладающая семантической, прагматической, репрезентативной и эмотивной нагрузкой. Эмотивный компонент прагматического значения заголовка является предметом исследования, эмотивный план является причиной, побуждающей адресанта / автора к созданию текста. Таким образом, эмотивный заголовок и есть эмотивный план, который регулирует процесс интеракции автора и читателя, взаимодействия между читателями (в виде комментариев) и, соответственно, эмотивно-дискурсивное пространство публицистического блога.

Рассматривая эмотивный компонент заголовка и степень его влияния на перцептивную составляющую языкового сознания читателя, мы определяем роль эмотивности в организации публицистического текста – и шире – публицистического дискурса.

Список литературы

1. Крутова И. Н. Реализация эмотивных синтаксических идиом в художественном дискурсе (на материале современной русской прозы) / И. Н. Крутова. – Астрахань : Изд-во Астраханского художественного училища (техникума) им. П.А. Власова, 2017. – 108 с.
2. Крутова И. Н. Средства выражения авторской эмотивности в публицистических блогах В. Шендеровича / И. Н. Крутова // Гуманитарные исследования. – 2018. – № 1. – С. 52–57.
3. Маклецова И. С. Сопоставительный аспект эмотивной организации заголовка в немецком и русском публицистическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук / И.С. Маклецова. – Челябинск, 2006. – 172 с.
4. Седов К. Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения / К. Ф. Седов // Вопросы стилистики. – 1996. – Вып. 26. – С. 8–11.

5. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – Киев : Фитосоциоцентр, 2002. – 335 с.

6. Толковый словарь Д.Н. Ушакова. – Режим доступа: <http://dslov.ru/pers/pe39.htm>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

7. Шендерович В. Блоги. Эхо Москвы / В. Шендерович. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/archive/5.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

References

1. Krutova I.N. Realizacija jemotivnyh sintaksicheskikh idiom v hudozhestvennom diskurse (na materiale sovremennoj russkoj prozy). Astrakhan: Astrakhan Art School (College) Publ., 2017. 108 p.

2. Krutova I. N. Credstva vyrazhenija avtorskoj jemotivnosti v publicisticheskikh blogah V. Shenderovicha // Gumanitarnye issledovanija, 2018, № 1, pp. 52–57.

3. Maklecova I. S. Sopostavitel'nyj aspekt jemotivnoj organizacii zagolovka v nemecskom i russkom publicisticheskom diskurse. Cheljabinsk, 2006. 172 p.

4. Sedov K. F. Tipy jazykovyh lichnostej i strategii rechevogo povedenija // Voprosy stilistiki, 1996, Iss. 26, pp. 8–11.

5. Selivanova E. A. Osnovy lingvisticheskoj teorii teksta i kommunikacii. Kiev: Fitosociocentr, 2002. 335 p.

6. Tolkovyj slovar' D.N. Ushakova. Available at: <http://dslov.ru/pers/pe39.htm>.

7. Shenderovich V. Blogi. Jeho Moskvu. Available at: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/archive/5.html>.

ТРАНСПОЗИЦИЯ СТАТИЧНОГО / ДИНАМИЧНОГО ПРИЗНАКОВ ГЛАГОЛОВ В НОМИНАЛЬНУЮ ОБЛАСТЬ

Уразалиева Азалия Рафиковна, старший преподаватель, Астраханский государственный медицинский университет, 414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121, e-mail: azaliya.urazalieva@mail.ru.

Статья посвящена аспектуальному критерию статичности / динамичности номинализаций глаголов действия во французском языке. Различие между именами состояний и именами действий проявляется в выражении временной характеристики. Возможность инкорпорирования в конструкции с временной «протяжённостью» выявляет динамические номинализации. Абстрактные, атемпоральные существительные, являясь производными глаголов состояния, «верны» им с аспектуальной точки зрения.

Ключевые слова: французский язык, имя действия, лексический вид, статичность, динамичность, транспозиция аспектуальных свойств

TRANSPOSITION OF STATIC/DYNAMIC SIGNS OF VERBS IN THE NOMINAL AREA

Urazalieva Azaliya R., senior teacher, Astrakhan State Medical University, 414000, Russia, Astrakhan, 121 Bakinskaiya st.; e-mail: azaliya.urazalieva@mail.ru.

This article is devoted to the aspectual criterion of static character / dynamism of action verbs / nominations in the French language. The distinction between state names and action names manifests itself in the expression of a temporal characteristic. The possibility of incorporation into structures with a temporary "extension" reveals dynamic nominations. Abstract, atemporal nouns, being derivatives of verbs of state, are "faithful" to them from the aspectual point of view.

Keywords: French language, name of action, lexical aspect, statics, dynamics, transposition of aspectual properties