

УДК 808.5

DOI: 10.18384/2310-7278-2017-4-50-57

## ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

**Шкварцова Т.В.**

*Московский политехнический университет,  
107023, г. Москва, ул. Б. Семёновская, д. 38, Российская Федерация*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу способов языковой реализации положительных эмоций, актуализирующихся в современном медиадискурсе. Рассматривается соотношение эмоциональности и оценочности, проводится их разграничение с учётом фактора экспрессивности средств выражения эмоционального состояния. Освещается роль языковой личности автора-публициста, его лингвокреативность, позволяющая эксплицировать позитивные эмоции экспрессивными номинациями. Выявляются средства выразительности и способы вербализации эмоций, обладающие высокой степенью экспрессивности и эмоционально-положительного воздействия.

**Ключевые слова:** эмоционально-положительное воздействие, экспрессивность, оценочность, лингвокреативность, средства выразительности.

## VERBALIZATION OF POSITIVE EMOTIONS IN THE MODERN JOURNALISTIC TEXT

**T. Shkvartsova**

*Moscow Polytechnic University  
38, B. Semenovskaya str., 107023, Moscow, Russian Federation*

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the ways of linguistic realization of positive emotions, that actualize in the modern media discourse. It discusses the relationship of emotion and evaluation, makes a distinction between them considering the factor of expressiveness of the manifestation of an emotional state. The article also examines the role of the author-publicist language personality and his lingvocreativity which allows explicating the positive emotions wit expressive nominations. The author identifies the means of expression and ways of verbalization of emotions with a high degree of expressiveness and positive emotional impact.

**Key words:** positive emotional impact, expressivity, evaluation, lingvocreativity, means of expressiveness.

Эмоциональность – неотъемлемое качество современного публицистического текста. Эмоции диктуют автору медиадискурса выбор языкового знака с положительной или отрицательной семантикой. И то, что в современных СМИ преобладает лексика, заряжённая не положительными, а отрицательными эмоциями, свидетельствует о не самой благоприятной ситуации, в которой

пребывает наше общество. Объективных причин для негативных эмоций в нашей действительности немало, и слово журналиста, несомненно, должно нести правду, объяснять, волновать, критиковать, вызывать гнев и возмущение. Но негативные эмоции, несмотря на присущее человеку стремление к позитиву, имеют свойство оказывать более сильное влияние на личность, чем положительные. К тому же способы вербализации негативных эмоций в медиадискурсе весьма выразительны и разнообразны, что многократно усиливает их воздействие, внедряет в сознание и подсознание адресата, изменяя и подчиняя его. В то же время эмоционально-положительное воздействие может быть не менее сильным и глубоким, что во многом определяется языковой личностью автора-публициста, его креативностью и особым, лишённым упрощённости подходом к выбору языковых средств. Испытывая сильные положительные эмоции, такие как радость, восхищение, ликование, гордость, торжество, – автор способен активизировать свой лингвокреативный потенциал, порождая неожиданные сравнения, метафоры, эпитеты, оксюмороны, антитезы, окказионализмы и другие экспрессивные номинации своего эмоционального состояния. В результате может сложиться равновесие между негативом и позитивом, отрицательным и положительным полюсами медийного текста.

Выражение эмоций может означать проявление эмоционального отношения к предмету речи, характеристику данного объекта, его положительную или отрицательную оценку. Например, суждение *Потрясающие стихи, пронзающие души людей* содержит оценку

стихов «очень хорошие» и одновременно включает эмоциональный компонент, который можно декодировать как «восторг», «восхищение». Высказывание *Наша школа – институт невежества и деградации* передаёт оценку школы «очень плохая» и эмоциональное отношение к ней – «негодование», «возмущение», «презрение». На неразрывную связь эмоционального и оценочного указывает В.И. Шаховский, подчёркивая, что эмоциональные переживания являются формой оценивания среды обитания того или иного языка, эмоции – это форма оценки субъектом объекта речи. Связующим звеном между эмоцией и оценкой является сознание, включающее как рациональные, так и эмоциональные компоненты. Признание эмоционального аспекта сознания / мышления снимает, таким образом, противопоставление интеллектуального и эмоционального в слове [4, с. 64-67]. Эту же мысль поддерживает и Т.В. Маркелова, полагая, что эмоциональное содержание всегда присутствует в суждении о ценности и что именно эмоции осуществляют изначальную дифференциацию внешних обстоятельств человека на положительно-ценные и отрицательно-ценные, а следовательно, эмоциональные реакции – единственный первичный источник знания ценности [2, с. 35, 42].

Несмотря на взаимодействие эмоции и оценки в речевой практике, эмоциональность и оценочность – не тождественные понятия [3, с. 1-107]. Вербализация эмоционального состояния тоже имеет свои особенности. Языковое воплощение эмоций как душевных переживаний, волнения, напряжения предполагает, прежде всего, использование особых средств выра-

жения: эмоционально-положительной и эмоционально-отрицательной лексикой – глаголов эмоционального состояния и отношения, существительных и прилагательных-аффективов. Кроме того, выражение эмоционального состояния обычно влечёт за собой экспрессивное выражение.

Экспрессивность понимается нами как совокупность таких признаков языковой / речевой единицы и целого текста, которые позволяют придавать речи выразительность за счёт способности этих единиц эмоционально, образно, интенсивно выражать состояние субъекта. Таким образом, экспрессивность является более общей категорией по отношению к категориям образности, интенсивности, эмоциональности. Экспрессивные номинации эмоционального состояния создаются различными средствами выразительности – стилистическими приёмами и фигурами: эпитетами, метафорами, гиперболой, аллюзией, антитезой, оксюмороном, повтором и др.

Выбор языковых средств при вербализации эмоций обусловлен языковой личностью автора-публициста, его субъективным отношением к действительности – мировоззрением, нравственностью, душевными качествами, эстетическими вкусами, эмоциональностью. В концепции Ю.Н. Караулова, речь идёт о высшем уровне организации языковой личности, проявляющемся в эстетических и эмоционально-риторических особенностях её дискурса [1, с. 42-43, 53]. Читатель воспринимает действительность, уже преломлённую журналистским сознанием и пером, – определённый подбор и оценку событий и явлений реальной жизни, авторское видение и соотноше-

ние положительного и отрицательного, вектор эмоциональной напряжённости в той или иной описываемой ситуации. Наша способность испытать радость, гордость, патриотизм, энтузиазм, счастливые надежды и др. во многом определяется талантом журналиста выбрать нужные языковые средства воздействия на адресата для адекватной трансляции своих эмоций и позиции. Без мощной эмоциональной поддержки воздействующая сила убеждения резко снижается. Это особенно актуально для медийного дискурса, цель которого именно оказание воздействия на адресата.

Анализ публицистических текстов обнаружил, что при вербализации таких эмоций, как радость, восхищение, удовольствие, воодушевление, умиление, актуализировалась прежде всего метафора – излюбленное средство выразительности современных журналистов. Основная функция этого стилистического приёма – образно, интенсивно и эмоционально представлять объект речи. В устах творческих, эмоциональных личностей, обладающих образным мышлением, метафоры отличаются оригинальностью и неожиданностью, высокой степенью эмоциональности. Например: *Школа-студия – настоящий полигон радости*; «Современник» – *рай единомыслия и единоверия* (7 дней, № 33, 2015); *Такие концерты – всегда фейерверк, пища для души. Они облагораживают душу* (ЛГ, № 21, 2017); *Нам показали яркий и колоритный букет роскошных постановок* (ЛГ, № 29, 2016); *И оркестр расцветает истинно берлиозовским великолепием красок* (ЛГ, № 35, 2016); *Ханчжоу – рай для вечной любви* (РГ, № 197, 2016); *Этот фильм – водопад*

*настоящих озарений* (Афиша, № 22, 2015); *Его искусство – глоток чистого воздуха, пища душе и сердцу благородная* (ЛГ, № 21, 2017); *На Красной площади – настоящая Вселенная книги* (ЛГ, № 34, 2016); *Здесь особая полнозвучность цвета, своего рода «говорящие краски» и «поющие мазки», потому что авторы всех этих произведений прежде всего художники* (ЛГ, № 14, 2016).

Иногда метафора используется вместе со сравнением, выраженным сравнительным оборотом, что усиливает экспрессивность высказывания: *Спектакль заискрился, как редкий бриллиант* (ЛГ, № 47, 2016); *Год литературы зажжёт сердца целой армии подвижников, энтузиастов книги и чтения, которые, как рыцари культуры, готовы служить просвещению* (ЛГ, № 35, 2016); *Она украшение выставки, как будто из Серебряного века* (ЛГ, № 36, 2016).

Во всех приведённых примерах метафора используется для вербализации объекта речи, вызывающего положительные эмоции автора. Это театр, концерты, театральные постановки, игра оркестра, город, фильм, искусство, книжная выставка, поэзия, спектакль, любители книги, картина. Есть, однако, и редкие случаи использования метафоры при вербализации субъекта речи, самого автора, испытывающего сильные положительные эмоции наслаждения, радости: *Я мёд пил от этого разговора с земляком и инженером, сделавшим себя собственным умом и трудом* (ЛГ, № 36, 2016).

Нередко метафора и сравнение сопровождают такое эффектное средство выразительности, как антитезу. Развёрнутое противопоставление, построенное на контекстных антонимах, необходимо автору для того,

чтобы выражение негативного отношения к предмету позволило ему акцентировать именно тот объект речи, который вызывает у него сильные положительные эмоции – радость, восхищение, наслаждение. Например: *Чувственная ткань её прозы создана из особого благородного материала. Именно она, а не сгущённые постмодернистские сумерки, суть нашей словесности* (ЛГ, № 26, 2016); *В благостном саду советской литературы, где все деревья посажены ровно, красиво и под внимательным взглядом руководящих ландшафтных дизайнеров, роман «Альтист Данилов» смотрелся дикорастущим кустарником с яркими и прекрасными ягодами* (ЛГ, № 34, 2016); *Берега, засаженные ивами, блестящая водная гладь, жемчужные капельки росы были столь выразительны, что они вырвали меня из скучного серого мирка и бережно поместили в царство поэзии и свитков с пейзажами* (ЛГ, № 192, 2016); *И тем радостней, что за этим ужасом нарастающей энтропии она умеет разглядеть прекрасных, чистых и бескорыстных людей. Они – подлинные герои* (ЛГ, № 29, 2016); *Телевидение сегодня – это поле битвы. Скандал стал главным героем телеэфира. Тем приятнее смотреть тихие беседы с хорошими людьми, в которых человек раскрывается как потаённый «аленький цветочек», как вселенная, сверкающая миллиардами звёзд* (ЛГ, № 35, 2016).

Очевидно, что экспликация более чем положительного эмоционального состояния и отношения, направленного на столь достойные объекты, с помощью ярких, эффектных и креативных средств выразительности позволяет автору усилить воздействующую

щую силу своего сообщения, привлечь читателя на своё эмоциональное поле и не просто зарядить его позитивом, а дать ориентацию, направление в процессе поисков источников высоких позитивных эмоций.

Образный, экспрессивный эпитет, обладающий мощным потенциалом речевого воздействия, тоже способен интенсивно передавать эмоции автора: *Над собором сияло солнце, и такой он весь был радостно-прекрасный, такой былинно-сказочный, хоть и построенный по печальному поводу* (ЛГ, № 20, 2016). В этом примере, как и во многих других, эпитет формально выполняет функцию определения, но по существу передаёт и эмоциональное состояние светлой радости, воодушевления, счастья, в котором пребывает автор благодаря описываемому объекту. Ещё примеры: *благословенная Таруса; цветы немыслимой красоты; нежный, ласковый шелест моря; удивительная, потрясающая естественность; немыслимо щедрый фильм с ослепительными находками; потрясающая, грандиозная работа; ангельский голос; чистый и светлый взгляд на мир и людей; всепобеждающая женственность; блестящая, изумительная игра; безоглядная, всепоглощающая любовь; мощная, страстная музыка; чарующая, сногшибательная красота; волшебная, завораживающая игра; милые, застенчивые, смущённо-радостные композиции* (Афиша, №№ 10-12, 2015; ЛГ, №№ 14-22, 2017).

Востребованы при выражении положительных эмоций и глаголы эмоционального отношения, прямо и непосредственно называющие эмоциональное состояние автора: *Я вот обожаю Салтыкова-Щедрина, в*

*особенности «Историю одного города»* (ЛГ, № 14, 2016); *Его обожает молодёжная аудитория* (ЛГ, № 29, 2016); *Мы гордимся такими проектами, как «Молитвы русских поэтов»* (ЛГ, № 34, 2016); *Мы восхищались камчатскими вулканами, любовались красотами Якутии – ведь природа там невероятной красоты* (РГ, № 197, 2016); *Эти статьи поразили меня глубиной, оригинальностью и бесстрашием* (ЛГ, № 7, 2017); *Мы были очарованы этими рассказами-алмазами в незатейливой упаковке* (ЛГ, № 35, 2016); *Я был влюблён в петербургскую изящность и утончённость* (ЛГ, № 29, 2015); *Очень трогательно, когда ходишь по тем местам, где вырос. Это воодушевляет* (КП, 24.08.2016).

Лексико-семантическая группа существительных, обозначающих эмоции, также используется в медиадискурсе. Это, главным образом, девербативы и деадъективы, образованные от глаголов эмоционального отношения и прилагательных-аффективов: *любовь, влюблённость, очарованность, восторг, гордость, наслаждение*. Являясь средствами описания, а не выражения эмоций [7, с. 368], они, тем не менее, тоже способствуют созданию эмоционально-положительной тональности текста. Например: *Николай Дроздов пронизан ответной любовью ко всему живому на планете* (ЛГ, № 7, 2017); *Я испытывал трепет от необъяснимой и идеальной гармонии* (РГ, № 197, 2016); *С огромной теплотой вспоминаю это время* (АиФ, № 33, 2016); *Какое счастье наслаждаться отпуском!* (КП, 21.07.2016); *Я счастлив, мне хочется поделиться своей радостью* (ЛГ, № 29, 2016); *Фильм действительно вызывает восхищение* (АиФ, № 14, 2016). Интересен пример

*Дальний Восток* (РГ, № 197, 2016), в котором проявилась лингвокреативность автора, использовавшего в заголовке языковую игру – в данном случае фоностилистический приём, основанный на звуковом сходстве слов *восток* и *восторг*. В результате сразу обозначается и предмет, о котором идёт речь в статье, и эмоции, которые он вызывает.

В приведённых примерах очевидна коммуникативная интенция автора выразить собственное эмоциональное состояние или эмоции объекта речи, и названия эмоций используются именно с этой целью. Однако в ряде случаев обозначения эмоций только указывают на них, не формируя эмоциональный компонент высказывания. Например: *Пора вернуть любовь и сострадание верных фанатов* (РГ, № 196, 2016); *Учительство надо понимать как служение, патриотизм, любовь, уважение к старшим* (ЛГ, № 34, 2016). Двойственная функция этой группы имён даёт основания В.И. Шаховскому полагать, что обозначения эмоций занимают промежуточное положение между собственно эмотивной и эмотивно нейтральной лексикой. Сам термин *эмотивность* автор использует в значении языковой реализации эмоциональности как психологического явления [4, с. 230, 29]. Существует и другое понятие эмотивности как синонима «оценочности», в отличие от «эмоциональности» [2, с. 42]. В данной статье используется только термин *эмоциональность* применительно и к реальному состоянию субъекта, и к его языковой экспликации.

В формировании поля положительных эмоций в медиадискурсе участвует и словообразовательная категория субъективно-эмоциональной оценки

[5, с. 36]. Например, определения – прилагательные с аффиксами превосходной степени – также способны отражать эмоциональное состояние автора. Примеры: *Итоговое издание «Мы и они» – настоящая сокровищница актуальнейших мыслей; наша любимейшая актриса; мудрейший, прекрасный человек; тончайшая игра; талантливейшее исполнение; ярчайший представитель нового поколения; честнейший, добрейший, очень любящий людей; сильнейшее впечатление* (ЛГ, №№ 12-15, 2016; №№ 7-9, 2017).

Умеренно востребованными при передаче положительных эмоций в медиадискурсе можно считать фразеологизмы. Например: *От восторга у зрителей дух захватывало; город так хорош, что горло перехватывало; у него золотое сердце; такая выставка – подарок небес; мы готовы были сдувать с него пылинки; души в ней не чаяли* (ЛГ, №№ 11-13, 16, 17, 2016). Яркие и образные фразеологизмы – эффективное средство речевого воздействия при передаче положительных эмоций, однако в современном медиадискурсе фразеологизмы чаще используются для выражения иронии, презрения, пренебрежения [6, с. 48].

Итак, в современном публицистическом тексте актуализируются такие экспрессивные способы вербализации положительной эмоциональности, как метафора, эпитет, антитеза, глаголы эмоционального состояния и отношения, существительные – обозначения эмоций, фразеологизмы, аффиксы с эмоционально-оценочным значением. Особую креативность проявляют авторы при использовании метафор, эпитетов и антитезы, благодаря чему эмоции, эксплицируемые такими сред-

ствами выразительности, несомненно, достигнут сознания читателя.

Эмоциональное содержание может быть выражено и нейтральными языковыми средствами. Если речь идёт о драматичном или трагическом событии, язык описания, наверное, должен быть простым и даже сухим. Однако эмоционально-положительные ситуации, события, состояния требуют особой, экспрессивной, акцентированной презентации – и для адекватного восприятия, и для усиления воздей-

ствия на читателя. С учётом того, что отрицательных эмоций и оснований для них у человека больше, чем положительных, не приходится удивляться разнообразию и красочности способов выражения негатива в современном медиадискурсе. Тем более креативным, эффективным, экспрессивным должно быть языковое воплощение позитива. Средства выражения должны быть такими, чтобы эксплицируемые ими эмоции вселяли оптимизм в читателя, восхищали и вдохновляли его.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность: монография. М.: ЛКИ, 2010. 264 с.
2. Маркелова Т.В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке: монография. М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2013. 300 с.
3. Тихонова М.А., Маркелова Т.В. Стилистические и эмоционально-экспрессивные пометы в толковых словарях русского языка // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2014, № 2. С. 102-111.
4. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: монография. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
5. Шкварцова Т.В. Словообразование как источник повышения креативности публицистического текста // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2015. № 1. С. 32-37.
6. Шкварцова Т.В. Экспрессивные средства современного публицистического текста: гендерный аспект // Вопросы стилистики, риторики и культуры речи в современном русском языке. М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. С. 42-50.
7. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты / под ред. А.П. Сковородникова. М.: Флинта: Наука, 2005. 480 с.

#### ИСТОЧНИКИ:

1. Аргументы и факты (газета) – АиФ.
2. Афиша (журнал).
3. Комсомольская правда (газета) – КП.
4. Литературная газета – ЛГ.
5. Российская газета – РГ.

#### REFERENCES & SOURCES

##### REFERENCES

1. Karaulov YU.N. *Russkii yazyk i yazykovaya lichnost': monografiya* [Russian language and linguistic personality: monograph]. Moscow, LKI Publ., 2010. 264 p.
2. Markelova T.V. *Pragmatika i semantika sredstv vyrazheniya otsenki v russkom yazyke: monografiya* [Pragmatics and semantics of means of expression of evaluation in the Russian language: monograph]. Moscow, MGUP imeni Ivana Fedorova Publ., 2013. 300 p.
3. Tikhonova M.A., Markelova T.V. Stylistic and emotionally expressive notes in the explanatory dictionaries of the Russian language. In: *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Problemy*

- poligrafii i izdatel'skogo dela* [News of higher educational institutions. Problems of printing and publishing]. 2014, no. 2, pp. 102–111.
4. Shakhovskii V.I. *Lingvisticheskaya teoriya emotsii: monografiya* [Linguistic theory of emotions: a monograph]. Moscow, Gnozis Publ., 2008. 416 p.
  5. Shkvartsova T.V. Word-formation as a source of increasing creativity of the media text. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Russkaya filologiya* [Bulletin of Moscow state regional University. Series: Russian philology]. 2015, no. 1, pp. 32–37.
  6. Shkvartsova T.V. The expressive tools of the modern journalistic text: the gender dimension. In: *Voprosy stilistiki, ritoriki i kul'tury rechi v sovremennom russkom yazyke* [Questions of stylistics, rhetoric and speech culture the modern Russian language]. Moscow, MGUP imeni Ivana Fedorova Publ., 2012, pp. 42–50.
  7. *Entsiklopedicheskii slovar'-spravochnik. Vyrazitel'nye sredstva russkogo yazyka i rechevye oshibki i nedochety* [Encyclopedic dictionary-directory. Expressive means of the Russian language and speech errors and shortcomings]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2005. 480 p.

#### SOURCES

1. *Argumenty i fakty (gazeta)* [Argumenty and fakty (newspaper)]. AiF.
2. *Afisha (zhurnal)* [Afisha (magazine)]
3. *Komsomol'skaya pravda (gazeta)* [Komsomolskaya Pravda (newspaper)]. KP.
4. *Literaturnaya gazeta* [Literaturnaya gazeta]. LG.
5. *Rossiiskaya gazeta* [Rossiiskaya gazeta]. RG.

---

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

*Шкварцова Татьяна Владимировна* – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и стилистики Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета;  
e-mail: shkvarcova@bk.ru

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

*Tatiana V. Shkvartsova* – PhD in Philological sciences, associate professor, Lecturer of Russian Language and Stylistics Department, High school of print and media industry, Moscow Polytechnic University;  
e-mail: shkvarcova@bk.ru

---

#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

*Шкварцова Т.В.* Вербализация положительных эмоций в современном публицистическом тексте // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2017. № 4. С. 50-57.  
DOI: 10.18384/2310-7278-2017-4-50-57

#### CORRECT REFERENCE TO THE ARTICLE

*T. Shkvartsova.* Verbalization of positive emotions in the modern journalistic text. In: Bulletin of Moscow Region State University. Series: Russian philology. 2017, no. 4, pp. 50-57.  
DOI: 10.18384/2310-7278-2017-4-50-57