

УДК 81'42

Е.А. Мартемьянова

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КЛИМАТА СТРАНЫ/ГОРОДА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТЕКСТЕ СМИ

МАРТЕМЬЯНОВА Екатерина Андреевна – аспирант *Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена.*

Россия, 191186, Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48
e-mail: ekaterinamart@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена репрезентации эмотивных ситуаций с множественным субъектом состояния в современном англоязычном тексте СМИ. Выделены типы эмотивных ситуаций, а также проведен подробный анализ репрезентации одного из типов – эмоционального климата страны/города. Описаны лексические, грамматические и стилистические средства репрезентации эмоционального климата враждебности и неудовлетворенности.

Ключевые слова

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ; ЭМОЦИЯ; ЭМОТИВНОСТЬ; ЭМОТИВНАЯ СИТУАЦИЯ; МНОЖЕСТВЕННЫЙ СУБЪЕКТ СОСТОЯНИЯ; ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КЛИМАТ.

Изучение репрезентации эмоций в языке не может быть полным без учета условий функционирования эмотивных единиц, поэтому исследователи все чаще обращаются к тексту. Возрастание интереса к репрезентации эмоций в тексте привело к появлению специальной лингвистической дисциплины – эмоциологии текста. Большой вклад в разработку данной дисциплины внесли работы О.Е. Филимоновой и руководимых ею аспирантов, обучавшихся на кафедре английской филологии РГПУ им. А.И. Герцена.

Основопологающей категорией эмоциологии текста является текстовая категория эмотивности. Поскольку эмоции – это психическое явление, исследование функционирования данной категории наиболее продуктивно проводить с позиций когнитивной лингвистики, в проблематику которой входит соотношение языковых форм с их ментальными репрезентациями [1]. О.Е. Филимонова определяет эмотивность как полистатусную когнитивную категорию [2]. Полистатусность данной категории наиболее отчетливо проявляется в тексте, интегрирующем различные категориальные проявления эмотивности (фонологический,

лексический, уровень предложения и текста). Термин «когнитивность» «акцентирует внимание на обобщенно-типологизирующем аспекте трактовки данного языкового явления» [Там же. С. 17]. О.Е. Филимонова отмечает, что полистатусный характер категории предполагает изучение в диалектическом единстве многообразия лексических, грамматических и стилистических средств, реализующих категорию эмотивности в самых разнообразных ситуациях общения. Это можно осуществить с позиций той версии когнитивизма, которую Е.В. Кубрякова назвала «когнитивно-дискурсивной» [3, с. 7]. Преимущества когнитивно-дискурсивной парадигмы для изучения текстовых категорий, одной из которых является категория эмотивности, отмечает также И.А. Щирова [4]. Такой подход обусловлен не только сложной организацией текста, но также различием языкового, интеллектуального, эмоционального и эстетического опыта автора и читателя, их зависимостью от историко-культурного контекста, что в совокупности программирует множественность интерпретаций текста [Там же. С. 110].

«Поскольку когнитивный подход к исследованию языка предполагает изучение его ре-



ального существования и функционирования, то он обуславливает наличие в анализе места для конкретного индивидуума, вступающего в общение с другим индивидуумом в рамках реального времени и пространства, т. е. наличие ситуации» [5, с. 42]. Изучение репрезентации эмоций в языке проводится в основном с опорой на понятие эмотивной ситуации, т. е. реальной или воображаемой ситуации, в которой субъект испытывает определенные эмоции. В большинстве работ на данную тему не проводится разграничения эмотивных ситуаций по количеству субъектов, испытывающих эмоции. Анализ обычно подвергаются ситуации, в которых носителем эмоционального состояния является единичный субъект – автор текста или герой художественного произведения. О.Е. Филимоновой была обоснована необходимость изучения репрезентации эмотивных ситуаций с множественным субъектом состояния (далее – МСС), т. е. таких ситуаций, в которых носителем эмоционального состояния является группа людей [6, с. 287].

Ранние обращения к данной теме позволили выделить типы эмотивных ситуаций с МСС, а именно: эмоциональный климат страны/города, эмоциональная обстановка в замкнутом помещении и ситуации, в которых определенная группа людей испытывает эмоции, находясь в одном и том же месте в одно и то же время. Исследование репрезентации эмотивных ситуаций с МСС проводилось на обширном практическом материале, который составили тексты электронных версий англоязычных СМИ, расположенные на сайтах <http://www.nbcnews.com>, <http://www.cnn.com>, <http://www.bbc.co.uk>, <http://www.thestar.com>, <http://www.bigstory.ap.org>, <http://www.dailymail.co.uk> и др.

Цель данного исследования – выявление лексико-грамматических, а также стилистических средств репрезентации эмоционального климата страны/города в современном англоязычном тексте.

Эмоциональный климат – это термин социологии, обозначающий эмоциональную характеристику общества. Данный термин был введен американским исследователем в области социальной психологии Джозефом де Риверой. Эмоциональный климат зависит от политической, религиозной, экономической обстановки и может меняться в рамках одного поколения.

Эмоциональный климат воздействует на каждого жителя и характеризует общество, представленное взаимоотношениями его членов. Он также отражает политическую сплоченность общества и его культурную самоидентификацию. Название эмоциональному климату присваивается в соответствии с доминирующей эмоцией или доминирующими в обществе эмоциональными отношениями [7]. Так, Джозеф де Ривера приводит следующие типы эмоционального климата: страх (fear), безопасность (security), нестабильность (instability), уверенность (confidence), неудовлетворенность (dissatisfaction), враждебность (hostility), сплоченность (solidarity) и надежда (hope) [Там же].

Анализ репрезентации эмоционального климата страны/города в тексте СМИ за последние три с половиной года позволил выявить репрезентацию следующих разновидностей эмоционального климата: враждебность (hostility) и неудовлетворенность (dissatisfaction).

Одним из способов обозначения эмоционального климата страны/города является использование таких лексем, как *sentiment, mood, temper, background, sense, feeling, wave*. Подробная характеристика эмоционального климата осуществляется посредством использования прилагательных *widespread, public, national, worldwide, global*, существительных *region, village, city, country*, номинацией конкретного места, а также указанием на национальность МСС.

Однако наиболее распространенным способом обозначения эмоционального климата страны/города является номинация доминирующей в обществе эмоции. Чаще всего это осуществляется посредством постановки лексем, номинирующей эмоцию, в позицию подлежащего:

Discontent is smoldering in Italy over high unemployment, political paralysis and 60 billion euros (\$83 billion) of austerity measures that have raised taxes and the cost of health care [www.nbcnews.com].

Такая грамматическая конструкция обращает внимание читателя на эмоциональное состояние общества, а также позволяет описать характер его изменения.

Репрезентация эмоционального климата враждебности (hostility). Анализ практического материала за 2011–2013 годы показал, что климат враждебности установился в таких стра-

нах, как Сирия, Египет, Греция, Афганистан, Пакистан, Босния, а также в крупнейших столицах мира во время глобального протестного движения «Occupy Wall Street».

Непосредственное указание на враждебность осуществляется с помощью приставки *anti-*, употребляемой с прилагательными, характеризующими эмоциональный настрой общества. Например:

The incident underscored a swing in the national mood towards a more anti-Taliban stance, a shift that comes as suicide attacks have surged and the military wages an offensive in the Swat valley [www.dawn.com];

Blair also dismissed the latest increase of anti-American sentiment being felt throughout the Middle East, mainly in the form of protests [www.today.com].

Репрезентация климата враждебности может быть опосредованной, т. е. выявляться из контекста. В таких случаях автор использует метафорические выражения, например: *to cool tempers, the key battleground in a vicious civil war, the bloodiest month, desperate times, volatile street* и др.

Лексемами, обозначающими доминирующую в обществе эмоцию, обычно являются: *anger, rage, outrage, fury, wrath* и их производные формы, такие как *outraged, angered, angry, furious* и др. При этом наиболее частотной является лексема *anger*. Необходимо отметить, что данные лексеммы номинируют разную степень интенсивности одной эмоции. При репрезентации климата враждебности также используются лексеммы, номинирующие форму общественно-поведения, например: *unrest, protest, violence, backlash* и др.

Репрезентация климата враждебности может осуществляться с помощью конструкции *there is/are*. В этом случае автор обращает внимание читателя на причину или последствия эмоционального состояния общества. Например:

There was also widespread anger that the U.S. withheld support for opponents of Hosni Mubarak's regime until it became apparent the ruler would fall [www.nbcnews.com].

Однако в большинстве случаев автор текста не только номинирует эмоциональный климат страны/города, но также указывает на особенности наступления или протекания эмоционального состояния общества. Интенсивность эмоционального состояния

чаще всего репрезентируется с помощью метафорического сравнения гнева с огнем или бедствием. Примерами могут служить следующие фрагменты:

Protesters across Bosnia set fire to government buildings and fought with riot police on Friday as long-simmering anger over lack of jobs and political inertia fuelled a third day of the worst civil unrest in Bosnia since a 1992–95 war [www.news.msn.com];

Unrest has plagued Port Said since the death sentences were first handed down to the Al-Masry supporters in January, with locals fighting pitched battles with police [www.nbcnews.com];

Morsi ignited a storm of unrest in his bid to prevent a judiciary still packed with appointees of ousted predecessor Hosni Mubarak from derailing a troubled political transition [www.nbcnews.com].

Наступление и протекание эмоционального состояния враждебности репрезентируется как прямым лексическим указанием (например: *the beginning of the anger, violence has continued to escalate, spiraling violence, anger grows*), так и грамматически, а именно изменением формы глагола:

The Muslim Brotherhood, which propelled Morsi to office, said in a statement that “corrupt people” and media who were biased against the president had stirred up fury on the streets [www.nbcnews.com];

President Mohammed Morsi recently granted himself unprecedented power, leaving many Egyptians furious. NBC's Richard Engel reports [www.nbcnews.com];

For their part, lawmakers used Facebook and Twitter to reiterate long-held talking points, further angering dissenting voters [www.bigstory.ap.org].

Таким образом, репрезентация эмоционального климата враждебности характеризуется многообразием лексико-грамматических средств. Несмотря на информативный характер текста СМИ, автор использует метафорическое сравнение для придания образности повествованию. Необходимо отметить, что репрезентация эмоционального климата представлена не только в тексте статьи, но также выносится в ее название.

Репрезентация эмоционального климата неудовлетворенности (dissatisfaction). Репрезентация климата неудовлетворенности в тексте СМИ встречается относительно редко, однако она обладает характерными особенностями.



В отличие от репрезентации климата враждебности репрезентация данного эмоционального состояния отличается семантическим разнообразием номинирующих его лексем, а именно: *discontent, frustration, disgust, worries, anxiety, jitters, fatigue, futility, despair, desperation* и др. Неудовлетворенность — максимально обобщающее понятие. Нередкой является комбинация нескольких лексем в одном предложении, например:

In crisis-ravaged Athens, where big protests have seen violence at times of late, a sense of fatigue and futility may limit numbers Saturday [www.nbcnews.com];

This feeling of failure and loneliness is at the very heart of acts of desperation among the business community in Italy [www.nbcnews.com].

При этом номинированные эмоции могут кардинально отличаться по своей семантике. Также встречается противопоставление эмоций, испытываемых разными группами одного общества.

Some have stuck to the old Italian script, griping about the government measures at the local cafe over a cappuccino and hoping for better times. But others have seen no way out, and have opted for death [www.nbcnews.com];

And what about the constitution itself? As it rolls off a government website, it appears to be in every way the expression of a pro-Islamist society about half the nation hoped for, and the other half feared [www.nbcnews.com].

Разнообразие касается только лексической составляющей текста, с точки зрения грамматики структуры однотипны. Лексема, номинирующая эмоцию, обычно стоит в позиции подлежащего. Качественная характеристика эмоционального состояния в большинстве случаев отсутствует.

Как и при репрезентации климата враждебности, в данном случае также встречается конструкция *there is/are*:

In the run-up to the London Olympics there were a lot of jitters about security and tickets. There was a national sense of anxiety, which seemed to lift the moment Elgar's Nimrod began floating over the rolling green pastures of Danny Boyle's bizarre set [www.bbc.com].

Однообразие грамматических структур восполняется образностью повествования. Эмоциональное состояние репрезентируется автором как некая волна, направленная сила. Например:

Discontent is smoldering in Italy over high unemployment, political paralysis and 60 billion euros (\$83 billion) of austerity measures that have raised taxes and the cost of health care [www.nbcnews.com];

Lisa Deaton, a tea party leader from southern Indiana, said she sees some similarities between how the tea party movement and the Wall Street protests began: "We got up and we wanted to vent." But the critical step, she said, was taking that emotion and focusing it toward changing government [www.nbcnews.com];

The roiling debate over the U.S. government shutdown is extending to Twitter, Facebook and Instagram as fed-up Americans turn to social media to register their disgust with federal lawmakers for shutting down the government [www.bigstory.ap.org].

Репрезентации эмоционального климата неудовлетворенности статья редко бывает посвящена целиком. В большинстве случаев примеры репрезентации климата враждебности и климата неудовлетворенности содержатся в одной и той же статье. Это, вероятно, свидетельствует о том, что эмоциональный климат общества находится в переходном состоянии. Эмоциональное состояние неудовлетворенности зачастую предшествует враждебности. Анализ практического материала показывает, что такая ситуация была характерна для Рима и Нью-Йорка незадолго до начала глобального протестного движения «Occupy Wall Street», для Египта во время политических изменений, для Греции во время экономического кризиса в 2012 году. Встречаются редкие примеры непосредственной репрезентации переходного периода эмоционального состояния общества:

The public outcry playing out on social media sites this week is a new twist [www.bigstory.ap.org];

Greece is caught between rage and despair [www.bbc.co.uk].

Однако такой переход не является обязательным, примером чему могут служить статьи, посвященные социальной атмосфере в Африке и предолимпийской подготовке в России в 2013 году.

Репрезентация эмоционального климата враждебности и неудовлетворенности часто включает номинацию эмоции страха. Носителями данного эмоционального состояния могут быть как общество в целом, так и его

отдельные социальные группы. В результате анализа практического материала была выявлена только одна лексема, номинирующая эмоцию страха в тексте СМИ, – *fear*. Однако репрезентация данного эмоционального состояния представлена разнообразием грамматических конструкций. Лексема *fear* в статьях на общественно значимые темы употребляется и в значении страха, и в значении опасений, испытываемых группой людей.

Репрезентация эмоции, испытываемой обществом в целом, осуществляется с помощью конструкции *there is/are*, постановки номинирующей эмоции лексемы в позицию подлежащего, а также использования прилагательных, обозначающих национальность множественного субъекта, например:

Few believe the Boko Haram terrorist network has such capability though there are fears its insurgency could spread to neighboring states [www.bigstory.ap.org];

Fear of an attack on the Sochi Games has fueled Putin's strict security agenda and brought U.S. warships to the region [www.news.msn.com];

It will be, too, for all those worried the games will be a target for terrorism, fears of which were stoked during the ceremony itself when a passenger aboard a flight bound for Istanbul said there was a bomb on board and tried to divert the plane to Sochi [www.news.msn.com];

Morsi added that the decree halting court challenges to his decisions, which provoked protests and violence from Egyptians fearing a new dictator was emerging less than two 2014s after they ousted Hosni Mubarak, was "for an exceptional stage" [www.nbcnews.com].

В случае, когда носителем эмоционального состояния является определенная социальная группа описываемого общества, репрезентация эмоции страха осуществляется посредством указания субъекта состояния (например: *liberals, critics, women's rights groups* и т. д.) и постановки лексемы *fear* в позицию сказуемого или дополнения:

Women's rights groups also fear the growing power of Islamist groups will lead to new restrictions [www.nbcnews.com];

The long-awaited Mubarak verdict deepened fear among many pro-democracy campaigners that recent developments are reversing Egypt's emergence from decades of autocratic rule [www.nbcnews.com].

Анализ текста СМИ не выявил в нем репрезентации эмоционального климата страха. Указанные примеры носят характер единичных комментариев автора текста и лишь дополняют репрезентацию эмоционального климата враждебности или неудовлетворенности.

Таким образом, анализ современных англоязычных статей на социальные и политические темы позволил выявить особенности репрезентации двух разновидностей эмоционального климата страны/города в тексте СМИ, а именно климата враждебности и климата неудовлетворенности. Общим является использование лексем, указывающих на наличие эмоционального климата, а также его локализация с помощью прилагательных. Наиболее распространенный способ репрезентации эмоционального климата страны/города – номинация доминирующей в обществе эмоции.

Репрезентация климата враждебности характеризуется однообразным набором лексем, номинирующих разную степень интенсивности эмоции *гнев* (*anger*), при этом используются различные грамматические конструкции. Нередкими являются примеры обозначения доминирующей формы общественного поведения. Стилистические средства включают метафорическое сравнение гнева с огнем или бедствием. Репрезентация данного эмоционального состояния общества также содержит лексическое или грамматическое указание на его наступление и характер протекания.

Репрезентация эмоционального климата неудовлетворенности, напротив, отличается семантическим многообразием лексем, номинирующих эмоциональное состояние общества, и однотипными грамматическими конструкциями. Постановка лексемы в позицию подлежащего позволяет представить эмоцию в качестве направленной силы, придавая образность повествованию.

Анализ практического материала показал, что статьи на социально значимые темы нередко репрезентируют переходный период эмоционального состояния общества. В таком случае текст содержит репрезентацию и климата враждебности, и климата неудовлетворенности. Помимо этого репрезентацию обоих разновидностей эмоционального климата страны/города объединяет включение кратких комментариев автора о чувстве страха, испытываемого обще-



ством в целом или его конкретными социальными группами. Это осуществляется посредством использования лексемы *fear*, которая употребляется и в значении страха, и в значении опасений, испытываемых определенной группой людей.

В дальнейшем представляется необходимым выявить особенности репрезентации эмоционального климата страны/города в других типах текста с целью сравнения полученных результатов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кубрякова Е.С. О когнитивной лингвистике и семантике термина «когнитивный» // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001. № 1. С. 4–10.

2. Филимонова О.Е. Категория эмотивности в английском тексте (когнитивный и коммуникативный аспекты): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. РГПУ им. А.И. Герцена. СПб., 2001. 44 с.

3. Кубрякова Е.С. В начале XXI века (Размышления о судьбах когнитивной лингвистики на рубеже веков) // Когнитивная семантика: материалы 2-й Междунар. школы-семинара. Ч. 1. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. ун-та, 2000. С. 6–7.

4. Щирова И.А., Гончарова Е.А. Многомерность текста: понимание и интерпретация: учеб. пособие. СПб.: Кн. дом, 2007. 472 с.

5. Архипов И.К. Язык и языковая личность: учеб. пособие. СПб.: Кн. дом, 2008. 248 с.

6. Филимонова О.Е. Эмоциология текста. Анализ репрезентации эмоций в английском тексте: учеб. пособие. СПб.: Кн. дом, 2007. 448 с.

7. Rivera de J. Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics // Int. Rev. of Studies on Emotion. 1992. No. 2. Pp. 197–218.

E.A. Martemianova

REPRESENTATION OF EMOTIONAL CLIMATE OF A COUNTRY/CITY IN MODERN ENGLISH MASS MEDIA TEXTS

MARTEMIANOVA Ekaterina A. – *Herzen State Pedagogical University of Russia.*

Nab. Moyka, 48, St. Petersburg, 191186, Russia

e-mail: ekaterinamart@mail.ru

Abstract

The article deals with representation of emotive situations with the multiplicative state subject of in modern English mass media texts. Distinguished are types of emotive situations. Conducted is the detailed analysis of representation of one of the types – namely, the emotional climate of a country/city. Described are lexical, grammatical and stylistic representation means of the emotional climate of anger and dissatisfaction.

Keywords

REPRESENTATION; EMOTION; EMOTIVITY; EMOTIVE SITUATION; MULTIPLE SUBJECT OF STATE; EMOTIONAL CLIMATE.

REFERENCES

1. Kubryakova Ye.S. [About cognitive linguistics and semantics of the term “cognitive”]. *Voronezh State University J.: Linguistics and cross-cultural communication*, 2001, no. 1, pp. 4–10. (In Russ.)
2. Filimonova O.Ye. *Kategoriya emotivnosti v angliyskom tekste (kognitivnyy i kommunikativnyy aspekty)*. Avtoref. dokt. dis. [Category of emotivity in English text (cognitive and communicative aspects). Abstr. doct. diss.]. St. Petersburg, 2001. 44 p. (In Russ.)
3. Kubryakova Ye.S. [At the beginning of the XXI century (Thinking of fates of cognitive linguistics at the turn of the century)]. *Kognitivnaya semantika. Materialy 2 Mezhdunarodnoy shkoly-seminara*. [Cognitive semantics. Proc. of the 2nd int. school-seminar]. Of vol. 1. Tambov, Tambov State University Publ., 2000. Pp. 6–7. (In Russ.)
4. Shchirova I.A., Goncharova Ye.A. *Mnogomernost' teksta: ponimaniye i interpretatsiya* [Multidimensionality of text: understanding and interpretation]. St. Petersburg, Knizhnyy dom Publ., 2007. 472 p. (In Russ.)
5. Arkhipov I.K. *Yazyk i yazykovaya lichnost'* [Language and linguistic personality]. St. Petersburg, Knizhnyy dom Publ., 2008. 248 p. (In Russ.)
6. Filimonova O.Ye. *Emotsiologiya teksta. Analiz reprezentatsii emotsiy v angliyskom tekste* [Emotiology of text. Analysis of representation of emotions in English text]. St. Petersburg, Knizhnyy dom Publ., 2007. 448 p. (In Russ.)
7. Rivera de J. Emotional Climate: Social Structure and Emotional Dynamics. *Int. Rev. of Studies on Emotion*, 1992, no. 2, pp. 197–218.