

Научная статья

УДК 81'373

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15408>

EDN: <https://elibrary/YKPLDH>



СПЕЦИФИКА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ЭМОТИВНОСТИ В РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАМЕДИЦИНСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БЛОГОВ ВРАЧЕЙ)

М.М. Петросян¹  , Л.А. Киселева² 

¹ Башкирский государственный медицинский университет,
г. Уфа, Российская Федерация;

² Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация

 merryhappy2013@yandex.ru

Аннотация. В статье на материале русско- и англоязычных блогов врачей в социальных сетях выявляются общие и специфические закономерности репрезентации категории эмотивности в медицинском дискурсе, обусловленные процессом его медиатизации. Установлено, что в анализируемых текстах довольно широко представлены лексические и грамматические эмотивы, которые отражают синкретичный характер данной блогосферы, её одновременное тяготение к двум видам дискурса: научному и медийному. При этом зафиксированы такие общие закономерности функционирования эмотивных средств в русско- и англоязычных блогах медицинской направленности, как невысокая частотность номинативной лексики эмоций и, напротив, активное обращение к коннотативным единицам, которые выполняют комплексную эмотивно-прагматическую функцию; широкое использование лексем со значением общей и частной оценки (гедонистической, эмоциональной и т.д.); приём дублирования морфологических и синтаксических эмотивов и т.д. Различия в употреблении эмотивных средств в русско- и англоязычной медицинской блогосфере обусловлены особенностями лексико-семантических систем анализируемых языков, а также внешними (социокультурными, психологическими и др.) факторами.

Ключевые слова: медиамедицинский дискурс, блогосфера, эмотивность, русский язык, английский язык.

Для цитирования: Петросян М.М., Киселева Л.А. Специфика репрезентации категории эмотивности в русско- и англоязычном медиамедицинском дискурсе (на материале блогов врачей) // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 4. С. 109–122. DOI: 10.18721/JHSS.15408



SPECIFICITY OF REPRESENTATION OF THE CATEGORY OF EMOTIVENESS IN RUSSIAN AND ENGLISH MEDIA MEDICAL DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF DOCTORS' BLOGS)

M.M. Petrosian¹  , L.A. Kiseleva² 

¹ Bashkir State Medical University, Ufa, Russian Federation;

² Samara National Research University, Samara, Russian Federation

✉ merryhappy2013@yandex.ru

Abstract. The article, based on the material of Russian- and English-language doctors' blogs in social networks, reveals general and specific patterns of representation of the category of emotiveness in medical discourse, caused by the process of its mediatization. It has been established that the analyzed texts quite widely represent lexical and grammatical emotives, which reflect the syncretic nature of this blogosphere, its simultaneous gravitation towards two types of discourse: scientific and media. At the same time, such general patterns of functioning of emotive means in Russian- and English-language medical blogs have been recorded as low frequency of nominative vocabulary of emotions and, on the contrary, active appeal to connotative units that perform a complex emotive-pragmatic function; widespread use of lexemes with the meaning of general and private assessment (hedonistic, emotional, etc.); the technique of duplicating morphological and syntactic emotives, etc. Differences in the use of emotive means in the Russian- and English-language medical blogosphere are due to the peculiarities of the lexical-semantic systems of the analyzed languages, as well as external (sociocultural, psychological, etc.) factors.

Keywords: media medical discourse, blogosphere, emotiveness, Russian language, English language.

Citation: Petrosian M.M., Kiseleva L.A., Specificity of representation of the category of emotiveness in Russian and English media medical discourse (based on the material of doctors' blogs), *Terra Linguistica*, 15 (4) (2024) 109–122. DOI: 10.18721/JHSS.15408

Введение

Начиная с 80-х годов XX века лингвисты проявляют усиленный интерес к проблемам, связанным с языковой репрезентацией субъективной сферы, прежде всего её эмоциональной составляющей. Именно в это время сформировалось самостоятельное научное направление – эмотиология (лингвистика эмоций), основные идеи которой разрабатывались в трудах Л.Г. Бабенко [1], В.И. Шаховского [2, 3], а позднее – С.В. Ионовой [4], Т.В. Лариной [5], Е.Ю. Мягковой¹ и др. Несмотря на значительные достижения в этой области, внимание учёных к анализу закономерностей вербализации эмоций не ослабевает, однако отмечается изменение проблематики таких исследований, в частности активное обращение к изучению коммуникативно-прагматического аспекта категории эмотивности, которое обусловлено возрастающей ролью личностного начала в различных сферах общения.

В современной лингвистике имеется целый ряд подходов к дефиниции эмотивности, а также направлений её анализа (см., например, [6]), однако для целей нашей работы наиболее приемлемым является определение данной категории, предложенное В.И. Шаховским: эмотивность – «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» [2, с. 24]. Эти средства выполняют не только собственно эмотивную функцию, которая связана с выражением внутренних состояний говорящего, но и прагматическую функцию, предполагающую передачу его отношения к предмету речи или адресату, а также

¹ Мягкова Е.Ю. Эмоционально-чувственный компонент значения слова: вопросы теории: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 43 с.



соответствующее воздействие на него. Категория эмотивности реализуется в различных видах дискурса, имеющих как институциональный, так и неинституциональный характер. С этой точки зрения особый интерес вызывает медицинский дискурс, который в последние годы привлекает внимание лингвистов в силу своего интенсивного развития. Исследователями предложено множество трактовок медицинского дискурса, среди которых наиболее приемлемой нам представляется следующая: «Медицинский дискурс – это понятие, отражающее коммуникативную деятельность в сфере общения „врач–пациент“, составной элемент системы институциональных дискурсов, объектом которого является здоровье»². В настоящее время в рамках медицинского дискурса активно протекают процессы медиатизации, т.е. он приобретает черты медиадискурса, под которым понимают «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации» [7, с. 21]. В результате взаимодействия медицинского и медийного дискурса возник специфический феномен, по отношению к которому исследователи употребляют термин «медиаэкономический дискурс» [8]. Однако, на наш взгляд, медиатизация данного вида дискурса обуславливает его дальнейшее преобразование в особый синтезированный дискурс, сочетающий в себе черты медицинского, медийного, рекламного и отчасти персонального дискурса. В связи с указанными процессами важнейшей характеристикой современного медицинского дискурса становится активное использование средств речевого воздействия на адресата, что ярко проявляется, например, в таком жанре, как видеоблог. По этой причине значительный интерес вызывает обращение к эмотивному аспекту медиаэкономического дискурса. Вместе с тем данная проблематика до настоящего времени почти не привлекала внимание лингвистов: имеется лишь небольшой ряд работ, посвящённых рассмотрению особенностей реализации категории эмотивности в рамках медицинского дискурса, при этом исследования проводятся с опорой на соответствующие письменные тексты [9], терминологию [10] либо устное общение «врач – пациент» [11]. Кроме того, эмотивный аспект медицинского дискурса не рассматривался в сопоставительном плане, на материале разных языков. Таким образом, актуальность настоящего исследования обусловлена, с одной стороны, значимостью медиаэкономического дискурса в рамках современного коммуникативного пространства, которая определяется большим воздействующим потенциалом данного вида дискурса; с другой – недостаточной изученностью эмотивного аспекта лексических и грамматических средств, используемых в данном виде дискурса. Цель нашего исследования – выявление общих и специфических закономерностей репрезентации категории эмотивности в русско- и англоязычном медицинском дискурсе в проекции на процессы его медиатизации. Объектом исследования выступают лексические и грамматические эмотивы, представленные в текстах медицинской блогосферы, а его предметом – функциональная семантика указанных единиц. В своей работе мы не анализируем интонационные эмотивные средства, поскольку для этого необходимо привлечение специализированных методик. Эмпирическим материалом исследования послужили письменные тексты, а также расшифровки звучащих текстов reels и shorts в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ) и YouTube (по 100 текстов на русском и английском языках соответственно), авторами которых являются следующие медики-блогеры: Доктор Утин³, Наталья Зубарева⁴, Ольга Павлова⁵, Регина Доктор⁶, Doctor Azmain⁷, Dr. Berg⁸, Dr. Robert W.B.⁹, Dr. Theo Bergmann¹⁰, Daniel G.Amen¹¹ и Dr. Janine Bowring¹².

² Карымшакова Т.Г. Лингвистические технологии речевого воздействия в медицинском дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Улан-Удэ, 2016. С. 15.

³ Доктор Утин // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@DoctorUtin> (дата обращения 02.12.2024).

⁴ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

⁵ Ольга Павлова // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@ОльгаПавлова-ю7с> (дата обращения 02.12.2024).

⁶ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁷ Doctor Azmain // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@DoctorAzmain> (дата обращения 02.12.2024).

⁸ Блог в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁹ Блог в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

¹⁰ Блог в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

¹¹ Блог в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

¹² Блог в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).



Методология и методика исследования

Теоретико-методологическую базу исследования составили основные идеи и принципы таких актуальных лингвистических направлений, как эмотиология (закономерности репрезентации категории эмотивности посредством разноуровневых единиц, критерии выделения различных классов эмотивной лексики, соотношение эмотивной и оценочной семантики и т.д.), дискурсология (типология дискурса, своеобразие отдельных видов дискурса, синтезированные виды дискурса и т.д.), медиалингвистика (конститутивные признаки современной медиасферы, специфика процесса медиатизации в рамках различных видов дискурса и др.), прагмалингвистика (реализация воздействующей функции в текстах определённого стиля и жанра, возможные эффекты речи и их прогнозирование и т.д.). В процессе анализа фактического материала был использован комплекс методов, как общенаучных (сравнение, описание, классификация и т.д.), так и собственно лингвистических: в ходе выявления и систематизирующего описания языковых репрезентантов категории эмотивности в медицинской блогосфере применялся дискурсивный анализ; при изучении денотативного и коннотативного компонентов значения лексических эмотивов – дефиниционный анализ; сопоставление русско- и англоязычных медицинских текстов осуществлялось с использованием интен- и контент-анализа. Кроме того, привлекались приёмы статистического метода, а именно подсчёт частотности употребления тех или иных групп эмотивов в русско- и англоязычных блогах медицинской направленности.

Результаты и обсуждение

В сравнении с письменным научным языком медиамедицинский дискурс характеризуется довольно активным использованием эмотивных средств, что обусловлено условиями его бытования в рамках виртуальной среды, позволяющей открыто выражать эмоции, в том числе негативные. Выдвижение на первый план субъективного аспекта, характерное для виртуальной коммуникации, отчасти объясняется влиянием массовой культуры, которой свойственна «гипертрофия эмоционального компонента и редукция рациональной составляющей в вербальных реакциях» [12, с. 109]. Тексты, продуцируемые в рамках медиамедицинского дискурса, не только имеют объективную фактологическую основу, но и выражают авторскую позицию и интенцию. Так, коммуникативные стратегии автора медицинского блога предполагают, с одной стороны, распространение соответствующих научных знаний среди широкой аудитории, с другой – формирование положительного отношения к ним в результате определённого речевого воздействия. Следовательно, тексты медицинских блогов приобретают особую эмоциогенность, которая прежде всего является следствием его медиатизации. Как известно, медиатексты имеют своей целью привлечь и удержать внимание читателя/зрителя с помощью не только визуальных элементов, ярко выраженной оценочности, но и интенсивного использования эмотивных ресурсов. Не случайно современные исследователи признают эмотивность и эмоциогенность одними из основных категорий медиадискурса [13–15]. Как отмечает М.В. Иванова, «в медиасреде в целом сложилась ситуация постправды, при которой для формирования общественного мнения важнее эмоции, чувства и убеждения человека, чем реальные факты: субъективность стала важнее объективности» [16]. В данном случае справедливым является утверждение «эмоциональность порождает эмоциональность»: вербально выражая свои внутренние состояния, автор медиатекста тем самым стимулирует возникновение определённых эмоций у адресата, в качестве которого выступает широкая аудитория, неоднородная по социальным, гендерным и другим признакам. Создатель медиапродукции, в данном случае – блога медицинской направленности, должен учитывать все вышеперечисленные особенности аудитории с целью наиболее эффективного эмоционального воздействия на неё.

Следует также принять во внимание тематическую и жанрово-стилистическую специфику блога профессиональной направленности, определение которого является неоднозначным.



Так, одни ученые признают блог макрожанром, который включает в себя ряд микрожанров [17]. Другие же считают главным стилиобразующим признаком блога авторское «Я», наряду с которым выделяют также единство композиционных элементов, таких как конкретизация автора, время создания поста, конкретизация темы или обсуждаемого события, оценка события, аргументы автора, наличие коллективного обсуждения (комментариев) [18].

Эмотивность медиамедицинского дискурса может быть описана с разных позиций. Как уже отмечалось выше, в данной работе мы сосредоточим своё внимание на анализе лексических и грамматических эмотивов, взяв за основу те функции, которые они выполняют: собственно эмотивную и/или прагматическую. Внутри данных эмотивов условно могут быть противопоставлены эксплицитные и имплицитные единицы: если эмотивность первых имеет системный характер и в большинстве случаев закрепляется в словарях, то вторые реализуют её лишь как потенциал, в связи с чем В.И. Шаховский ведёт речь о контекстуальной эмотивности [2]. Далее по отдельности рассмотрим средства лексической и грамматической репрезентации эмотивности в русско- и англоязычных блогах врачей, продемонстрировав обусловленность её специфики процессами медиатизации.

I. Лексические эмотивы являются основным классом языковых единиц, манифестирующих эмоциональные состояния/отношения говорящего, при этом их состав является довольно разнообразным и может быть определён на основе двух критериев: «1) характер соотношения эмотивного содержания с денотативным, сигнификативным и коннотативным макрокомпонентами значения; 2) специфика функций, выполняемых эмотивными лексемами»¹³. В соответствии с этими критериями выделяются такие группы лексических эмотивов, как номинативы, коннотативы и аффективы.

1. Эмотивы-номинативы (иначе – собственно эмотивы), т.е. лексические единицы, называющие определённые эмоции (гнев, страх, радость, удивление, любовь и т.д.), в рассматриваемых нами текстах медицинских блогов чаще всего представлены в виде обозначений вторичных (социальных) эмоций, связанных с межличностными отношениями: надежда, любовь, обида и т.п. При этом весьма редким является использование эмотивных глаголов в 1-м лице, непосредственно указывающих на переживаемые эмоции:

Русс. *И сейчас я вам расскажу несколько фактов/ которые/ я надеюсь/ заставят вас задуматься и бросить курить* //¹⁴.

Англ. *I love them/ but you have to be careful* //¹⁵ ‘Я их люблю, но вам нужно быть осторожными’¹⁶.

Более широко употребляются эмотивы-номинативы других частей речи (имена существительные, прилагательные, наречия), которые имеют не собственно статальное, а каузативное либо квалификативное значение, связанное с эмоциональной сферой, например:

Русс. *Как только мы убрали у моей пациентки бокальчик/ всего лишь безобидный бокальчик вишника ежедневно/ эта девочка начала стройнеть/ у неё улучшился сон/ у неё пропала через две недели депрессия/ и жизнь заиграла новыми красками* //¹⁷ (ср. безобидный ‘не заключающий в себе, не содержащий обид’¹⁸).

Англ. *The man in the iron lung has sadly died aged 78* //¹⁹ ‘Человек с железным лёгким, к сожалению, умер в возрасте 78 лет’.

¹³ Калимуллина Л.А. Семантическое поле эмотивности в русском языке: диахронический аспект (с привлечением материала славянских языков): автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Уфа, 2006. С. 14.

¹⁴ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

¹⁵ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

¹⁶ Здесь и далее перевод с английского наш. – М.П.

¹⁷ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

¹⁸ Здесь и далее дефиниции значений русскоязычных лексем приводятся по: Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А.П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp> (дата обращения: 25.10.2024); Современный толковый словарь русского языка / под ред. Т.Ф. Ефремовой. М.: Русский язык, 2000. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/efremova/> (дата обращения: 25.10.2024).

¹⁹ Doctor Azmain // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@DoctorAzmain> (дата обращения 02.12.2024).



Англ. *A truly inspiring guy*²⁰ ‘По-настоящему вдохновляющий парень’ (ср. *inspiring* ‘encouraging, or making you feel you want to do something’ – ‘ободряющий или заставляющий чувствовать желание совершить что-то’).

В целом данная группа эмотивов не очень часто встречается в русско- и англоязычном материале, из чего следует, что авторы блогов не склонны прибегать к прямой номинации эмоциональных состояний/отношений, предпочитая иные средства их вербализации.

2. Коннотативы, эмотивная семантика которых реализуется в рамках соответствующего макрокомпонента значения, в анализируемых текстах представлены как системными, так и контекстуальными единицами. К числу первых можно отнести эмоционально окрашенные лексемы, к числу вторых – оценочные номинации. Так, в русскоязычных медицинских блогах слова с эмоциональной окраской употребляются довольно часто: в первую очередь это единицы с уменьшительно-ласкательными суффиксами, принадлежащие либо к нейтральному, либо (чаще всего) к разговорному и просторечному пластам лексики:

Русс. *Я не хочу тортиков/ я не хочу мяса/ не убирайте мне пожалуйста/ бокальчик винишка каждый день*//²¹ (ср. *винишко* ‘разг. 1. то же, что вино. 2. унич. к вино’).

Русс. *Носочки с пальчиками// Об этом сейчас говорят все// Такие носки абсолютно не подходят мерзлякам*//²² (ср. *мерзляк* ‘прост. очень чувствительный к холоду, зябкий человек’).

Наличие в русскоязычных текстах медицинских блогов таких эмоционально окрашенных лексем, свойственных прежде всего устной повседневной речи, на наш взгляд, имеет двоякую обусловленность. С одной стороны, медицинская блогосфера, оставаясь в рамках научного дискурса, всё же подчиняется общим принципам виртуальной коммуникации, для которой характерно размывание границ между стилистически разными пластами, зачастую объясняемое именно стремлением к эмоциональному самовыражению и приводящее к проникновению большого количества субстандартных единиц (прежде всего просторечных элементов). С другой стороны, тенденция к употреблению эмоционально окрашенных лексем, носящих стилистически сниженный характер, весьма характерна для современных СМИ [19], поэтому в связи с процессами медиатизации медицинского дискурса эта тенденция распространяется и на него.

Исследователи подчёркивают, что англоязычным блогам профессиональной направленности также присуще использование разговорных, просторечных, жаргонных элементов [20], однако анализируемый нами материал не в полной мере подтверждает это мнение, поскольку эмотивы-коннотативы со сниженной стилистической окраской представлены в нём незначительно:

It doesn't want to waste this energy//²³ ‘Он не хочет тратить впустую эту энергию’ (ср. *waste* ‘to use something without care or thought’ – ‘использовать что-то беззаботно и необдуманно’).

Our fat protocol/ so that blasting away that belly fat/ this is going to be amazing//²⁴ ‘Наш жировой протокол, чтобы сжечь жир с живота, это будет потрясающе’ (ср. *blast* ‘to explode or destroy something or someone with explosives, or to break through or hit something with a similar, very strong force’ – ‘взорвать или уничтожить что-то или кого-то с помощью взрывчатки, или прорваться сквозь что-то, или ударить по чему-то с такой же силой’).

Как уже отмечалось выше, в состав эмотивов-коннотативов входят оценочные лексемы, круг которых в медицинских блогах является довольно широким. Мы солидарны с мнением В.И. Шаховского о том, что эмоция и оценка сопровождают друг друга [2], поэтому относим оценочные единицы, функционирующие в рамках анализируемых текстов, к числу контекстуальных эмотивов, которые выполняют не столько эмотивную, сколько прагматическую функцию воздействия на широкую аудиторию рядовых носителей языка (неспециалистов). В русскоязычных блогах

²⁰ Ibid.

²¹ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

²² Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

²³ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

²⁴ Блог Dr. Janine Bowring в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).



оценочные лексемы употребляются очень активно, при этом частотностью отличаются единицы с семантикой общей положительной оценки, которая, как правило, имеет признак высокой интенсивности. Эти оценочные значения в большинстве случаев являются вторичными (чаще всего метафорическими), что способствует включению данных слов в состав контекстуальных эмотивов:

Первое золотое правило/ как только вы чувствуете первые признаки ОРВИ/ нужно дать себе отлежаться//²⁵ (ср. золотой ‘1. Прил. к *золото*. || Содержащий золото. || Сделанный из золота. || Вытканый, шитый золотом. || Исчисляемый на золото, по курсу золота. 4. перен. Замечательный по своим достоинствам, прекрасный, очень хороший’).

Мы всего лишь убрали алкоголь/ который/ по её мнению/ прекрасно её расслаблял в конце дня//²⁶ (ср. *прекрасно* ‘нареч. к прил. *прекрасный*’; *прекрасный* ‘1. Отличающийся необыкновенной красотой, очень красивый. 2. Очень хороший; превосходный’).

Довольно широко употребляются также лексемы со значением частной оценки, прежде всего гедонистической и эмоциональной:

Во-первых/ если у вас узкая обувь/ какие бы носки/ волшебные/ вы ни надели/ ни о каком анатомическом положении стопы/ уже речи не идёт//²⁷ (ср. *волшебный* ‘1. Обладающий чудодейственными свойствами. 2. перен. Сказочно прекрасный, чарующий’).

Образуются особо опасные соединения/ мощные канцерогены//²⁸ (ср. *опасный* ‘1. Заключающий в себе опасность, грозящий какой-л. бедой, катастрофой. 3. Внушающий серьёзные опасения, тяжёлый (о больном или болезни)’).

Аналогично этому в англоязычных медицинских блогах частнооценочные лексемы представлены в большом количестве, при этом они также в основном выражают гедонистическую и эмоциональную оценку:

Now/ mushrooms are very/ very delicious//²⁹ ‘Теперь грибы очень-очень вкусные’ (ср. *delicious* ‘1. having a very pleasant taste or smell’ – ‘имеющий очень приятный вкус или запах’).

Measles is more contagious and more dangerous than you'd think//³⁰ ‘Корь более заразна и опасна, чем вы думаете’ (ср. *dangerous* ‘1. able to harm you’ – ‘способный навредить’).

Что касается общеоценочных лексем, то в англоязычных текстах наблюдается утрата ими оценочного значения и переход в разряд так называемых фатических эмотивов, которые служат средством установления и поддержания контакта, т.е. являются репрезентантами категории вежливости [5]:

This was terrific for supporting a healthy brain//³¹ ‘Это было потрясающе для поддержания здоровья мозга’ (ср. *terrific* ‘very good, extremely pleasant’ – ‘очень хороший, чрезвычайно приятный’).

Помимо оценочных лексем, образно-метафорическую основу имеют и другие контекстуальные эмотивы, в том числе устойчивые сочетания, которые довольно широко представлены прежде всего в англоязычных медицинских блогах:

Perhaps it's past emotional drama/ so let's not/ medicate it/ when you can actually help get to the root/ of it//³² ‘Возможно, это эмоциональная драма прошлого, так что давайте не будем лечиться лекарствами, когда вы действительно можете помочь докопаться до сути проблемы’ (ср. *get to the root of* ‘to understand the cause or source of something’ – ‘понимать причину или источник чего-либо’³³).

²⁵ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

²⁶ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

²⁷ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

²⁸ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

²⁹ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

³⁰ Doctor Azmain // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@DoctorAzmain> (дата обращения 02.12.2024).

³¹ Блог Dr. Robert W.B. в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

³² Блог Daniel G.Amen в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

³³ Здесь и далее дефиниции англоязычных фразеологизмов приводятся по: Farlex Dictionary of Idioms. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 27.10.2024).



Кроме того, к числу контекстуальных эмотивов следует отнести и элементы языковой игры, под которой понимается «определённый тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка...»³⁴ Языковая игра, как и многие другие анализируемые нами факты, ярко отражает «тенденции к разговорности, экспрессивности и креативности, проявляющиеся в сетевом общении» [16, с. 378]. На наш взгляд, авторы медицинских блогов прибегают к этому средству с целью не только привлечь внимание аудитории, но и в оригинальной форме выразить своё отношение к предмету речи — тому или иному заболеванию, его симптомам и т.д. И в русско-, и в англоязычных блогах языковая игра чаще всего строится на основе гиперболы либо метафоры, связанной с представлениями о бытовых, природных и иных реалиях; кроме того, большую роль в создании языковой игры играет прецедентность (отсылка к известной личности, сфере деятельности и т.д.):

*Попкорновая болезнь лёгких/ инфаркт/ рак// привет/ бабушка Альцгеймер//*³⁵.

*Чаще всего перемежающаяся хромота идёт в пакетном предложении вместе с сосудистой эректильной дисфункцией//*³⁶.

*The most deadly mushroom/ out there/ is called the death cap/ mushroom and that's correctly named/ because it can kill you//*³⁷ ‘Самый смертоносный гриб в мире называется шляпочный гриб смерти, и это правильное название, потому что он может убить вас’.

So Dave Asprey says you can either have a fish oil brain or a French fry brain// ‘Итак, Дейв Аспрей говорит, что вы можете иметь либо мозг (из) рыбьего жира, либо мозг картошки фри’³⁸.

Таким образом, лексические эмотивы, широко представленные в русско- и англоязычных медицинских блогах, играют ведущую роль не только в выражении внутренних состояний говорящего, но и в эмоциональном воздействии на слушателя, которое осуществляется опосредованно — с помощью коннотативов и других контекстуальных эмотивов. Среди них в первую очередь выделяются оценочные лексемы, а также единицы, употреблённые в метафорическом значении. В русскоязычных блогах круг таких эмотивов является очень широким, и это факт, вероятно, можно соотнести с определёнными установками соответствующей коммуникативной культуры: «Душевность — это уникальное стремление и способность русской души к установлению личных отношений на любом уровне социальных отношений» [21, с. 58].

II. Грамматические средства обладают значительным эмотивным потенциалом и могут быть отнесены к контекстуальным репрезентантам эмоций. Рассмотрим подробнее морфологические и синтаксические эмотивы, зафиксированные в звучащих медицинских текстах.

1. В состав морфологических эмотивов входят частицы, императивы, случаи употребления одних грамматических форм вместо других и т.д.

Например, частицы выступают одним из наиболее разнообразных классов контекстуальных эмотивов и отличаются большой частотностью как в русско-, так и в англоязычных блогах. Именно данные единицы во многих случаях передают эмоции говорящего, при этом основную роль играют усилительные, уточняющие и ограничительно-выделительные частицы:

*Да/ да/ их можно есть каждый день/ и даже две штуки//*³⁹.

*Мы всего лишь убрали алкоголь/ который/ по её мнению/ прекрасно её расслаблял в конце дня//*⁴⁰.
*It even tastes the same//*⁴¹ ‘У него даже вкус такой же’.

³⁴ Данилевская Н.В. Языковая игра // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта, 2003. С. 657.

³⁵ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

³⁶ Доктор Утин // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@DoctorUtin> (дата обращения 02.12.2024).

³⁷ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

³⁸ Блог Dr. Robert W.B. в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

³⁹ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁴⁰ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

⁴¹ Блог Dr. Theo Bergmann в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).



*Just today/ I was looking at/ all the milk thistle/ floating around / with these little parachutes/ all over my yard//*⁴² ‘Как раз сегодня я смотрел на расторопшу, порхающую маленькими парашютиками по всему моему двору’.

Кроме того, в русскоязычных текстах довольно часто наблюдается интенсификация выражаемого эмоционального состояния за счёт повтора частиц, иногда буквального:

*Да/ да/ их можно есть каждый день/ и даже две штуки//*⁴³.

Ещё одним важным контекстуальным средством выражения эмоций являются формы императива, которые выполняют также прагматическую функцию воздействия на читательскую и зрительскую аудиторию. При этом в русскоязычных блогах они используются шире, чем в англоязычных, что, вероятно, можно объяснить своеобразной установкой на дидактизм:

*Три секрета от меня// **замените** простую муку на муку с низким содержанием углеводов// второе/ **не используйте** сахарозаменителей// просто **снизьте** количество сахара в рецепте// **добавьте** не 100 грамм сахара/ а 10–15 грамм// **поверьте**/ это тоже сладкое// и третье// **исключите** из рецепта желтки//*⁴⁴.

*So **remember**/ milk thistle for a major protection of your liver//*⁴⁵ ‘Так что помните: расторопша – это надёжная защита вашей печени’.

Можно отметить также использование наречий меры и степени, которые часто дублируются авторами и тем самым подчёркивают эмоциональную значимость информации:

*И передозировка D/ если D **очень** много/ **очень и очень** опасна//*⁴⁶.

*And it's **pretty** much//* ‘И это значительно много’⁴⁷.

В целом по сравнению с лексическими средствами репертуар морфологических репрезентантов эмоций в блогах медицинской направленности является не таким широким, тем не менее их эмотивный потенциал реализуется достаточно активно, прежде всего за счёт повтора, иногда многократного.

2. К синтаксическим репрезентантам категории эмотивности в анализируемых текстах относятся синтаксические повторы (анафоры, эпифоры), риторические вопросы, восклицательные предложения, инверсия, упрощение синтаксической структуры предложения, парцелляция и др. Рассмотрим некоторые из этих средств.

В первую очередь необходимо отметить синтаксические повторы, которые, как и в случае с морфологическими эмотивами, выполняют комплексную эмотивно-прагматическую функцию:

***Я не хочу тортиков/ я не хочу** мяса/ не убирайте мне/ пожалуйста/ бокальчик винишка каждый день//*⁴⁸.

*Мы берём анализы мочи и видим **повышение** креатинина/ **повышение** мочевины/ **повышение** мочевой кислоты//*⁴⁹.

*Эти продукты формируют кишечный микробиом/ специальные бактерии/ которые **уменьшают/ реально уменьшают** тягу к сладкому//*⁵⁰.

*You've got anxiety/ and anxious thoughts/ because of low vitamin D// **you've got** low back pain/ and muscle aches//*⁵¹ ‘Вы испытываете беспокойство и имеете тревожные мысли из-за недостатка витамина D, вы испытываете боль в пояснице и мышечную боль’.

***Do you know how much oxidation/ that creates// Do you know how many free radicals/ that's going to create in your body// Do you know** much inflammation it's going to create/ and problems with your brain and*

⁴² Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁴³ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁴⁶ Ольга Павлова // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@ОльгаПавлова-ю7с> (дата обращения 02.12.2024).

⁴⁷ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁴⁸ О здоровье с Натальей Зубаревой // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@Natalya_Zubareva (дата обращения 02.12.2024).

⁴⁹ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁵⁰ Там же.

⁵¹ Блог Dr. Janine Bowring в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).



your nervous system and your heart//⁵² ‘Знаете ли вы, какое окисление это создаёт? Знаете ли вы, сколько свободных радикалов образуется в вашем организме? Знаете ли вы, сколько воспалений это может вызвать, и проблемы с вашим мозгом, нервной системой и сердцем?’

Аналогичную функциональную нагрузку имеют ряды однородных членов, примеры которых в русско- и англоязычных медицинских блогах представлены примерно в одинаковом количестве:

И перед изготовлением этого порошка/ перед тем/ как погрузить его в эту красивую чёрную огромную банку и продать вам/ никто тесты на людях не проводил//⁵³.

Основное количество моих молодых пациентов/ которые приходят с болезнями почек/ это такая история/ когда человек пошел в фитнес-клуб/ ему назначили различные протеины/ коктейли/ аминокислоты/ и через три-четыре месяца он начинает вставать в туалет ночью//⁵⁴.

Not much lately/ but for some people/ for the right brain/ people who have over focused issues/ worried/ rigid/ inflexible//⁵⁵ ‘В последнее время не так много, но для некоторых людей, для правополушарных людей, которые чрезмерно сосредоточены на проблемах, обеспокоены, ригидны, негибки’.

These seed oils like canola/ corn/ soy/ cotton seed are very inflammatory/ especially if you keep reheating them over and over and over again//⁵⁶ ‘Такие масла, как рапсовое, кукурузное, соевое, хлопковое, обладают противовоспалительным действием, особенно если вы разогреваете их снова и снова’.

Наконец, можно отметить риторические вопросы, эмотивно-прагматический потенциал которых одинаково реализуется в русско- и англоязычных медицинских блогах:

Как есть сладкое на снижение веса//⁵⁷.

Как сделать так/ чтобы в ближайшие дни уже почувствовать себя лучше//⁵⁸.

What you need to know is there's an antidote/ okay// ‘Что тебе нужно знать, так это то, что есть противоядие, хорошо?’⁵⁹

So it's very conservative// so it's like a car that gets a lot of miles per gallon/ right//⁶⁰ ‘Так что это очень консервативно. Это как автомобиль, который проезжает много миль на галлон, верно?’

Таким образом, как и в случае с морфологическими эмотивами, на уровне синтаксиса весьма продуктивным является приём «нанизывания» форм, который позволяет говорящему заострить внимание на предмете речи, тем самым выразив своё эмоциональное отношение к нему.

Заключение

В результате проведённого исследования можно сделать следующие выводы:

1. В русско- и англоязычных медицинских текстах широко представлены лексические и грамматические эмотивы, которые ярко отражают синкретичный характер соответствующей блогосферы, её одновременное тяготение к двум видам дискурса: научному и медийному. Изначальная отнесённость анализируемых текстов к научному дискурсу в определённой мере ограничивает использование эмотивных средств, однако бытование данных текстов в рамках блогосферы обуславливает приобретение ими дискурсивных признаков медиатекстов, для которых на современном этапе их развития характерна высокая степень не только эмотивности, но и эмоциогенности.

2. В рассматриваемых текстах реализация категории эмотивности активно осуществляется как на лексическом, так и на грамматическом уровнях, при этом выделяются системные и контекстуальные её репрезентанты. Во втором случае эмотивность носит потенциальный характер, причём такие средства представлены в анализируемых текстах очень широко.

⁵² Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁵³ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁵⁴ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁵⁵ Блог Dr. Daniel G.Amen в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁵⁶ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁵⁷ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁵⁸ Регина Доктор // YouTube. URL: https://www.youtube.com/@regina_doctor (дата обращения 02.12.2024).

⁵⁹ Блог Dr. Berg в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ).

⁶⁰ Там же.



3. В русско- и англоязычных блогах медицинской направленности зафиксированы как общие, так и специфические закономерности употребления эмотивных средств. К числу общих черт можно отнести невысокую частотность эмотивов, осуществляющих прямую номинацию эмоциональных состояний/отношений автора, и, напротив, активное обращение к коннотативным единицам, которые выполняют комплексную эмотивно-прагматическую функцию; широкое использование такого класса контекстуальных эмотивов, как лексемы со значением общей и частной оценки (гедонистической, эмоциональной и т.д.); дублирование (иногда многократное) морфологических и синтаксических эмотивов и т.д. Отмеченная общность, на наш взгляд, объясняется несколькими причинами: с одной стороны, глобализацией интернет-пространства, которая вызывает унификацию принципов коммуникативного взаимодействия внутри него; с другой – определённым единством правил профессионального общения (прежде всего этических), которых придерживаются авторы медицинских блогов. Различия в употреблении эмотивных средств в русско- и англоязычных медицинских текстах обусловлены особенностями лексико-семантических и грамматических систем анализируемых языков, а также внешними (социокультурными, психологическими и др.) факторами.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Бабенко Л.Г.** Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. 182 с.
2. **Шаховский В.И.** Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
3. **Шаховский В.И.** Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М.: Либроком, 2009. 208 с.
4. **Ионова С.В.** Лингвистика эмоций – наука будущего // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 1 (134). С. 124–131. URL: <http://izvestia.vspu.ru/files/publics/134/124-131.pdf> (дата обращения: 22.10.2024).
5. **Ларина Т.В.** Фатические эмотивы и их роль в коммуникации // Эмоции в языке и речи: сб. научных статей / под ред. И.А. Шаронова. 2005. С. 153–154.
6. **Киселева Л.А.** Основные направления исследования проблемы «язык и эмоции» в отечественной и зарубежной лингвистике начала XXI века // Гуманитарные исследования. 2022. № 2 (82). С. 43–49. URL: <https://humanities.asu.edu.ru/?articleId=2284> (дата обращения: 23.10.2024).
7. **Добросклонская Т.Г.** Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-kak-obekt-lingvistiki-i-mezhkulturnoy-kommunikatsii?ysclid=m2jg5rwjlv406227196> (дата обращения: 22.10.2024).
8. **Таюпова О.И.** Медиамедицинский дискурс как объект лингвистического исследования (на материале современной немецкой журнальной периодики) // Российский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8, № 5. С. 352–360. DOI: 10.15643/libartrus-2019.5.5
9. **Костенко В.Г., Сологор И.Н., Знаменская И.В.** Лексические средства реализации категории эмотивности в текстах научных медицинских статей // Альманах современной науки и образования. 2012. № 12 (67). Ч. 1. С. 73–76. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2012_12-1_22.pdf (дата обращения: 22.10.2024).
10. **Маджаева С.И.** К проблеме эмотиогенности медицинского термина // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2015. № 1. С. 94–104. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-emotsiogennosti-meditsinskogo-termina?ysclid=m320erfokh578596732> (дата обращения: 23.10.2024).
11. **Жура В.В.** Эмотиогенность общения «врач – пациент» как коммуникативная проблема устного медицинского дискурса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. № 9 (50) С. 38–44. URL: https://lib.herzen.spb.ru/text/zhura_9_50_38_44.pdf?ysclid=lybhpjt8my282897420 (дата обращения: 21.10.2024).
12. **Карасик В.И.** Девербализация // Русский язык как иностранный: теория, исследования, практика: межвузовский сборник научных трудов / отв. ред. И.П. Лысакова. СПб.: Сударыня, 2009. С. 109–117. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35666277&pff=1> (дата обращения: 22.10.2024).



13. **Балканов И.В., Муравлева В.Р.** Эмотивная компонента манипулятивных тактик (на материале русскоязычных текстов средств массовой информации) // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2023. Т. 16. Вып. 10. С. 3121–3125. DOI: 10.30853/phil20230485
14. **Желтухина М.Р., Гавриш А.Д.** Эмоциогенность современных медиатекстов // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2018. № 4 (32). С. 120–125. DOI: 10.29025/2079-6021-2018-4(32)-120-125
15. **Клушина Н.И.** Эмоциогенность как критерий дифференциации современного медийного пространства // *Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: коллективная монография*. Волгоград: Перемена, 2013. С. 209–217. URL: <https://medialing.spbu.ru/lib/25-312.html> (дата обращения: 22.10.2024).
16. **Иванова М.В., Клушина Н.И.** Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития // *Русистика*. 2021. Т. 6, № 4. С. 367–382. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382
17. **Шляхова Д.А.** Жанровые характеристики блогов как электронных средств массовой коммуникации // *Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2017. Т. 8, № 4. С. 939–948. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-harakteristiki-blogov-kak-elektronnyh-sredstv-massovoy-kommunikatsii> (дата обращения: 23.10.2024). DOI: <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-939-948>
18. **Витковская Н.Г., Исакова Т.Б.** Некоторые особенности блога как жанра журналистики (на примере социальной сети «Инстаграм») // *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*. 2020. Т. 2, № 2 (32). С. 119–127. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-bloga-kak-zhanra-zhurnalistiki-na-primere-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 20.10.2024).
19. **Матяшевская А.И.** Сниженная лексика в британских и российских печатных СМИ (на материале газет «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», The Observer, The Sun, The Daily Star) // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика*. 2012. Т. 12, № 4. С. 106–111. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/snizhennaya-leksika-v-britanskih-i-rossijskih-pechatnyh-smi-na-materiale-gazet-argumenty-i-fakty-komsomolskaya-pravda-the-observer-the-sun> (дата обращения: 23.10.2024).
20. **Кислицына Н.Н., Чернявская О.Г.** Композиционные, стилистические и лексические особенности интернет-коммуникации (на материале англоязычных блогов профессиональной направленности) // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2019. Т. 12. Вып. 6. С. 368–373. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2019_6_78.pdf (дата обращения: 23.10.2024). DOI: 10.30853/filnauki.2019.6.78
21. **Прохоров Ю.Е., Стернин И.А.** Русские: коммуникативное поведение. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта; Наука, 2006. 238 с.

REFERENCES

- [1] **Babenco L.G.**, *Leksicheskiye sredstva oboznacheniya emotsiy v russkom yazyke* [Lexical means of indicating emotions in the Russian language], Ural University Press, Sverdlovsk, 1989.
- [2] **Shakhovskiy V.I.**, *Lingvisticheskaya teoriya emotsiy* [Linguistic theory of emotions], Gnozis, Moscow, 2008.
- [3] **Shahovskiy V.I.**, *Kategorizatsiya emotsiy v leksiko-semanticheskoy sisteme yazyka* [Categorization of emotions in the lexical-semantic system of language], Librokom, Moscow, 2009.
- [4] **Ionova S.V.**, *Linguistics of Emotions as Science of the Future*, *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, 1 (134) (2019) 124–131. Available at: <http://izvestia.vspu.ru/files/publics/134/124-131.pdf> (accessed 22.10.2024).
- [5] **Larina T.V.**, *Faticheskkiye emotivy i ikh rol' v kommunikatsii* [Phatic emotives and their role in communication], *Emotsii v yazyke i rechi: sb. nauch. st.* [Emotions in language and speech: collection of scientific articles], RGGU, Moscow, 2005, pp. 153–154.
- [6] **Kiseleva L.A.**, *Osnovnyye napravleniya issledovaniya problemy “yazyk i emotsii” v otechestvennoy i zarubezhnoy lingvistike nachala XXI veka* [The main directions of the problem research “language and emotions” in Russian and foreign linguistics of the beginning of the XXI century], *Humanities studies*, 2 (82) (2022) 43–49. Available at: <https://humanities.asu.edu.ru/?articleId=2284> (accessed 22.10.2024).



[7] **Dobrosklonskaya T.G.**, Mediadiskurs kak obyekt lingvistiki i mezhkul'turnoy kommunikatsii [Media discourse as an object of linguistics and intercultural communication], *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2 (2006) 20–33. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-kak-obekt-lingvistiki-i-mezhkulturnoy-kommunikatsii?ysclid=m2jg5rwjlv406227196> (accessed 22.10.2024).

[8] **Tayupova O.I.**, Mediameditsinskiy diskurs kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya (na materiale sovremennoy nemetskoj zhurnal'noy periodiki) [Medical media discourse as an object of linguistic study (based on the material of modern German magazine periodicals)], *Liberal Arts in Russia*, 8 (5) (2019) 352–360. DOI: 10.15643/libartrus-2019.5.5

[9] **Kostenko V.G., Sologor I.N., Znamenskaya I.V.**, Leksicheskiye sredstva realizatsii kategorii emotivnosti v tekstakh nauchnykh meditsinskikh statey [Lexical means of implementing the category of emotivity in the texts of scientific medical articles], *Almanac of Modern Science and Education*, 12 (67) (1) (2012) 73–76. Available at: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2012_12-1_22.pdf (accessed 22.10.2024).

[10] **Madzhaeva S.I.**, To the Problem of Medical Term Emotiogenicity, *Russian Journal of Linguistics*, (1) (2015) 94–104. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-emotsiogenosti-meditinskogo-termina?ysclid=m320erfokh578596732> (accessed 23.10.2024).

[11] **Zhura V.V.**, Emotiogenicity of the Intercourse “Doctor – Patient” as a Communicative Problem of the Spoken Medical Discourse, *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 9 (50) (2007) 38–44. Available at: https://lib.herzen.spb.ru/text/zhura_9_50_38_44.pdf?ysclid=lybhpjt-8my282897420 (accessed 21.10.2024).

[12] **Karasik V.I.**, Deverbalizatsiya [Deverbalization], *Russkiy yazyk kak inostrannyi: teoriya, issledovaniya, praktika: mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov* [Russian as a foreign language: theory, research, practice: interuniversity collection of scientific works], *Sudarynya*, St. Petersburg, 2009, pp. 109–117. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35666277&pff=1> (accessed 22.10.2024).

[13] **Balkanov I.V., Muravleva V.R.**, Emotive component of manipulative tactics (based on Russian-language mass media texts), *Philology. Theory & Practice*, 16 (10) (2023) 3121–3125. DOI: 10.30853/phil20230485

[14] **Zheltukhina M.R., Gavrish A.D.**, Emotionality of modern media texts, *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 4 (32) (2018) 120–125. DOI: 10.29025/2079-6021-2018-4(32)-120-125

[15] **Klushina N.I.**, Emociogenost' kak kriteriy differentsiatsii sovremennogo mediynogo prostranstva [Emotionality as a criterion of differentiation of the modern media space], *Emotivnaya lingvoekologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve: kollektivnaya monografiya* [Emotive linguoecology in the modern communicative space: collective monograph], *Peremena*, Volgograd, 2013, pp. 209–217.

[16] **Ivanova M.V., Klushina N.I.**, Russian language in modern web space: dynamic processes and development trends, *Russian Language Studies*, 6 (4) (2021) 367–382. DOI: 10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382

[17] **Shlyakhova D.A.**, Genre Features of Blogs as Electronic Means of Mass Communication, *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8 (4) (2017) 939–948. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-harakteristiki-blogov-kak-elektronnyh-sredstv-massovoy-kommunikatsii> (accessed 23.10.2024). DOI: <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-4-939-948>

[18] **Vitkovskaya N.G., Isakova T.B.**, Some blog features as a genre of journalism (on the example of social network “Instagram”), *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, 2 (2) (32) (2020) 119–127. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-bloga-kak-zhanra-zhurnalistiki-na-primere-sotsialnoy-seti-instagram> (accessed: 20.10.2024).

[19] **Matyashevskaya A.I.**, Substandard Vocabulary in British and Russian Printed Mass Media (on the Basis of the Newspapers *Argumenty and F акты*, *Komsomolskaya Pravda*, *The Observer*, *The Sun*, *The Daily Star*), *Proceedings of Saratov University. New series. Series: Philology. Journalism, Series Philology and Journalism*, 12 (4) (2012) 106–111. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/snizhen-naya-leksika-v-britanskih-i-rossijskih-pechatnyh-smi-na-materiale-gazet-argumenty-i-fakty-komsomolskaya-pravda-the-observer-the-sun> (accessed 23.10.2024).

[20] **Kislitsyna N.N., Chernyavskaya O.G.**, Compositional, Stylistic and Lexical Peculiarities of Internet Communication (by the Material of the English Professionally Oriented Blogs), *Philology. Theory & Practice*, 12 (6) (2019) 368–373. DOI: 10.30853/filnauki.2019.6.78

[21] **Prokhorov Yu.E., Sternin I.A.**, *Russkiye: kommunikativnoye povedeniye* [Russians: communicative behavior], 2nd ed., *Flinta, Nauka*, Moscow, 2006.



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT AUTHORS

Петросян Мерри Мгеровна

Merri M. Petrosian

E-mail: merryhappy2013@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8170-424X>

Киселева Лариса Айратовна

Larisa A. Kiseleva

E-mail: larisakiseleva2015@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4875-6435>

Поступила: 04.11.2024; Одобрена: 27.11.2024; Принята: 28.11.2024.

Submitted: 04.11.2024; Approved: 27.11.2024; Accepted: 28.11.2024.