Стива Уотсона “Before I Go to Sleep” // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. 2017. № 3(116). С. 132–138.

3. Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009.

4. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987. С. 126–170.

5. Ларина М.Б. Корреляция концепта и антиконцепта в лингвокультуре (на материале концептов MAGIC и GLAMOUR): автореф. дис. … канд. филол. наук. Кемерово, 2011.

6. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. М., 1990. С. 358–386.

7. Муртазина Д.А. Метафора строительной лексики в категоризации и репрезентации действительности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2011.

8. Приходько А.Н. Концепты и концептосистемы. Днепропетровск: Белая Е.А., 2013.

9. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. М., 1988. С. 26–52.

10. Уилрайт Ф. Метафора и реальность // Теория метафоры. М., 1990. С. 82–119.

11. Watson S. J. Before I Go to Sleep. London: Black Swan, 2014.

* * *

1. Vorkachev S.G. Schast'e kak lingvokul'turnyj koncept. M.: ITDGK «Gnozis», 2004.

2. Voronova S.K., Paskova N.A. Cennostnaja sostavljajushhaja koncepta “memory” v proizvedenii Stiva Uotsona “Before I Go to Sleep” // Izv. Volgogr. gos. ped. un-ta. 2017. № 3(116). S. 132–138.

3. Karasik V.I. Jazykovye kljuchi. M.: Gnozis, 2009.

4. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metafory, kotorymi my zhivem // Jazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodejstvija. M., 1987. S. 126–170.

5. Larina M.B. Korreljacija koncepta i antikoncepta v lingvokul'ture (na materiale konceptov MAGIC i GLAMOUR): avtoref. dis. … kand. filol. nauk. Kemerovo, 2011.

6. Makkormak Je. Kognitivnaja teorija metafory // Teorija metafory. M., 1990. S. 358–386.

7. Murtazina D.A. Metafora stroitel'noj leksiki v kategorizacii i reprezentacii dejstvitel'nosti: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Kazan', 2011.

8. Prihod'ko A.N. Koncepty i konceptosistemy. Dnepropetrovsk: Belaja E.A., 2013.

9. Telija V.N. Metafora kak model' smysloproizvodstva i ee jekspressivno-ocenochnaja funkcija // Metafora v jazyke i tekste. M., 1988. S. 26–52.

10. Uilrajt F. Metafora i real'nost' // Teorija metafory. M., 1990. S. 82–119.

Metaphorical representation of the concept “memory” (based on the work by Steve Watson “Before I Go to Sleep”)

The article deals with the figurative component of the concept “memory” in Steve Watson’s work “Before I Go to Sleep”. The metaphorical objectification of the concept “memory” is considered together with the anticoncept “amnesia” in their unity and opposition. As the result, the following metaphors can be found out: the metaphors of a container, a particular material object, liquid, support point (fixing), construction, computer and light.

Key words: *metaphor, concept, anticoncept, figurative component of the concept, memory, amnesia.*

(Статья поступила в редакцию 19.01.2018)

Т.Ю. МА, О.А. БЕЗМАТЕРНЫХ
(Благовещенск)

КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТЫ-ЭМОТИВЫ В «ПИСЬМАХ ВЕКА»: АМЕРИКА В 1900–1999 гг.

Представлены результаты исследования, проведенного на материале сборника писем «Letters of the century: America 1900–1999», в ходе которого были выявлены и проанализированы ключевые концепты-эмотивы как фрагменты эмоциональной концептосферы американской нации в XX в.

Ключевые слова: *эмотиология, эмоции, концепт-эмотив, эпистолярный жанр.*

Антропоцентрический и в то же время холистический характер развития современной гуманитарной науки обусловливает направленность лингвистических исследований на установление взаимосвязи внутреннего мира человека, культуры и общества с языковыми явлениями.

Внутренний мир – это сознательная духовная жизнь человека, включающая эмоции, чувства, верования индивида. Если формирование чувств и эмоций рассматривается как обязательное условие становления личности инди-

© Ма Т.Ю., Безматерных О.А., 2018

вида, то их языковая объективация – как условие формирования его языковой личности и эмоциональной концептосферы.

Эмоции универсальны и узнаваемы во всех культурах, но при этом нормы, регламентирующие выражение эмоций и способы их вербализации, зависят от национально-культурных традиций страны: социально-приемлемых моделей коммуникативного поведения, устоявшейся речевой практики языкового коллектива.

Языковая объективация эмоций в эмотиологии – это их непосредственное речевое проявление, производимое при помощи специфических единиц – эмотивов, семантика которых отражает внутреннее эмоциональное состояние человека. Под термином *эмоциональный концепт* вслед за Н.А. Красавским мы понимаем «этнокультурно обусловленное сложное структурно-смысловое ментальное образование, базирующееся на понятийной основе» [4, с. 47].

Соглашаясь с тем, что концепт, в отличие от понятия, имеет эмоциональную окрашенность, а эмоции – это межкультурный референт [4], уточним, что в данной статье будет использовано сочетание *концепт-эмотив* для определения единицы ментального лексикона, которая обозначает эмоциональное состояние индивида. Концепт-эмотив, в отличие от эмотивной лексической единицы, позволяет учитывать разные способы апелляции к той или иной эмоции, разные языковые средства ее выражения.

Исследование, результаты которого представлены в статье, проводилось на материале текстов эпистолярного жанра, созданных представителями американской культуры в XX в. (“Letters of the century: America 1900–1999”) [8]. Анализ концептов-эмотивов позволяет сделать выводы о том, какие эмоции преобладают в указанном периоде, какое отражение они находят в текстах писем, какие эмоциональные переживания – положительные или отрицательные – выражаются в переписке чаще, а также каковы причины преобладания данных эмоций.

В науке было предпринято много попыток создания универсальной классификации эмоций, однако в психологии это до сих пор остается нерешенной проблемой, а ныне существующие классификации резко отличаются друг от друга как числом привлекаемых к анализу эмоций, так и кругом задач, которые эти классификации призваны решать. Сложность при составлении классификации эмоций состоит в том, что трудно определить, во-первых, является ли данная эмоция действительно самостоятельным видом или это обозначение одной и той же эмоции синонимами, а во-вторых, не является ли новое словесное обозначение эмоции лишь отражением степени ее выраженности (например: тревога – страх – ужас) [2, с. 131–132].

Еще одна не менее важная проблема при составлении классификации эмоций – это вопрос, с одной стороны, об отражении всего многообразия эмоций, а с другой – об определении их оптимального количества. Поэтому выделяют два подхода к описанию эмоциональной сферы:

– *многомерный (дименсиональный)* (в его основе лежит выделение измерений, по которым характеризуются эмоции);

– *категориальный*, основанный на выделении отдельных категорий – базовых эмоций [5, с. 43–45].

Категориальный подход и выделение базовых эмоций является наиболее удобным при анализе текста, поэтому в основу работы была положена классификация эмоций К.Э. Изард. В нее входят 10 базовых эмоций, которые делятся по своему признаку на *положительные*, т.е. возникающие в связи с удовлетворением потребности или достижением цели (интерес, радость); *отрицательные*, т.е. возникающие с неудовлетворением потребности или недостижением цели (страх, горе, гнев, отвращение, презрение, стыд, вина); *нейтральные* (удивление) [1, с. 63–65].

Таким образом, выявить и проанализировать специфику вербализации ключевых концептов-эмотивов представлялось возможным путем отбора эмотивной лексики, номинирующей базовые эмоции в английском языке, семантических синонимов и дериватов соответствующих лексических единиц.

Сборник писем “Letters of the Century”, который послужил материалом исследования, включает более четырехсот писем как известных личностей, так и обычных граждан США. «Письма века» объединяют людей и местности, события и тенденции, которые формировали американскую нацию в течение прошлого столетия: письмо-жалоба Марка Твена, адресованное главе компании «Вестерн Юнион»; полное восторга письмо молодого Чарли Чаплина, подписавшего первый контракт в кино; письмо Альберта Эйнштейна Франклину Рузвельту с предупреждением о возможности создания атомного оружия; письмо Марка Радда президенту Колумбийского университета о конфликте поколений, написанное во вре-

мя студенческих беспорядков 1960-х годов; а также письмо молодого Билла Гейтса, в котором он умоляет пользователей персональных компьютеров не распространять копии программ, чтобы авторы программного обеспечения могли зарабатывать деньги.

На этих страницах, как указывают составители издания, самые выдающиеся личности XX века становятся обычными людьми, в то время как обычные люди становятся частью истории. В книге есть все: трогательные послания двух женщин, желающих стать матерями; душераздирающее письмо ВИЧ-инфицированного человека, который пишет родителям о том, как бы он хотел быть похоронен; электронное письмо негодующего пользователя, адресованное онлайн-серверу. Письма, как указывают составители, «озвучивают голос истории». Распределенные в хронологическом порядке по десятилетиям и иллюстрированные более чем сотней фотографий, «Письма века» представляют собой летопись американской истории XX в., представленную голосами тех, кто прожил ее величайшие моменты.

Люди разных профессий, разного мировоззрения, возраста выражают свои мысли и чувства в ходе дружеской и официальной переписки. Анализ текстов этих писем позволяет получить представление не только о событиях, ставших знаковыми для американского народа, но и о событиях частной жизни американцев, о тех эмоциях, которые оказываются ключевыми для понимания ценностной значимости повседневной реальности. Одной из таких эмоций стал *интерес*.

INTEREST / ИНТЕРЕС. Ближайшим синонимом слова *interest* является слово *concern* (*a sense of* ***concern*** *with and curiosity about someone or something*) [6; 7], поэтому данные лексические единицы и их дериваты учитывались при анализе репрезентации концепта-эмотива INTEREST в текстах писем, входящих в материал исследования.

Личная неофициальная переписка, включенная в сборник, отмечена использованием наибольшего числа эмотивов вообще и данного эмотива в частности. Например, в ответном письме к сыну писатель Дж.Ч. Харрис пишет о своем отношении к постепенной утрате искусства написания писем. А именно о том, почему он считает важным писать друг другу: *Dear Evelyn: Your letter was waiting for me when I came home, but was not the less* ***interesting*** *because I had seen you in the meantime. We usually say more in a letter than we do in a conversation, the reason being that, in a letter, we feel that we are shielded from the indifference or enthusiasm which our remarks may meet or arouse* (p. 13)*.

Автор письма подчеркивает, что они (отец и сын) недавно общались лично, но это никак не отразилось на его *интересе* к содержанию полученного от сына письма. Потому что письма, по его мнению, полнее отражают мысли и чувства людей. Письма подобны щиту, который ограждает человека от таких плохо срываемых при непосредственном общении проявлений чувств собеседника, как безразличие или излишний энтузиазм. В данном контексте концепт-эмотив INTEREST объективируется посредством деривата ключевого слова, именующего концепт, а следовательно, в полной мере передает эмоциональное состояние пишущего.

Следующий отрывок – из письма Т. Рузвельта к сыну. В личной переписке отец и сын обмениваются мнениями о своих предпочтениях в литературе: *Now and then there is a powerful but sad story which is really* ***interesting*** *and which really does good; but normally the book which do good and the books which healthy people find* ***interesting*** *are those which are not at least of the sugar candy of variety, but which while portraying foulness and* ***suffering*** *when they must be portrayed, yet have a* ***joyous*** *as well as a noble side* (p. 38). Как и в предыдущем примере, в данном письме концепт-эмотив INTEREST объективируется посредством деривата ключевого слова, именующего концепт, причем усиление эмотивности высказывания происходит за счет лексического повтора.

В данном фрагменте текста также противопоставляются эмотивы, вербализующие отрицательные и положительные эмоции – *suffering* и *joy*. Иными словами, в тексте письма происходит апелляция к двум основным видам эмоций – положительным и отрицательным, что свидетельствует об особом эмотивном статусе данного письма как текста, значительно отличающегося по объему от текстов других жанров. При этом факт обращения к разным эмоциям может быть обусловлен душевным состоянием пишущего, его отношением к адресату, который, автор уверен, разделяет его переживания.

В ходе анализа материала было установлено, что с точки зрения прагматической направленности писем наибольшая доля случа-

* Примеры из сборника “Letters of the century: America 1900–1999” приводятся по изданию [8] с указанием страниц в круглых скобках.

ев актуализации концепта INTEREST относится к убеждающим письмам (14 %) и письмам-повествованиям (13 %). Одной из тематических подкатегорий убеждающих писем являются письма рекламного характера.

Обращение к концепту-эмотиву INTEREST представляется естественным в письмах рекламного содержания. Например, менеджер по продажам от имени компании-производителя инновационных застежек-молний для одежды предлагает получателю письма приобрести новый продукт и стать его дистрибьютором на американском рынке: *Don't forget that PLAKO is an ideal trousers fastener. This is where the men are* ***interested*** *for their own clothes* (p. 59). В данном случае эмотив *interest* используется в значении, отличном от тех значений, которые реализуются в предыдущих примерах: выражается забота об одежде, а не о людях, объективируется прагматический интерес, не связанный с внутренним миром человека, что обусловлено характером письма, его целевой направленностью.

JOY / РАДОСТЬ. Ближайшим синонимом слова *joy*, объективирующего концепт-эмотив JOY, является слово *happiness*, что подтверждается данными словарей (a feeling of great *happiness*, the emotion of great happiness). В свою очередь *happiness* определяется как "a state of well-being and contentment; *joy*" [6; 7].

В письме жене военный хирург У. Рид сообщает ей о своих успехах в поисках средства для борьбы с желтой лихорадкой: *I do not exaggerate, and I could shout for very* ***joy*** *that heaven has permitted me to establish this wonderful way of propagating yellow fever* (p. 15). Автор письма также выражает радость в связи с улучшением самочувствия одного из его больных: *Everything points, as far as it can at this stage, to a favorable termination, for which I feel so* ***happy*** (p. 16). В обоих примерах эмотивная лексика передает эмоцию радости / счастья, позволяя адресату оценить силу эмоциональных переживаний, которые испытывает автор письма.

Очевидно, что такие эмотивы, как *joy* и *happiness*, едва ли используются в официальных деловых письмах, тексты которых не предполагают открытое выражение эмоций: концепт-эмотив JOY репрезентируется в 10 % писем, что является третьей по доминированию группой (включая базовые и синонимичные эмотивы) после концептов-эмотивов FEAR (41 %) и INTEREST (16 %). Однако в дружеской переписке соотношение случаев вербализации концептов-эмотивов иное: к эмоции радости авторы частных писем апеллируют в 29 % случаев.

Концепты-эмотивы в меньшей степени вербализуются в этикетных письмах. Приведем пример письма-извинения, в котором к тому времени уже всемирно известный американский писатель М. Твен отклоняет приглашение на вечеринку по поводу празднования дня рождения штата Миссури. Адресант несколько раз повторяет мысль о том, что праздники в его возрасте уже не приносят радости:

(1) *Invitations which a brisk young fellow should get, and which would transport him with* ***joy****, are delayed and impended and obstructed until they are fifty years overdue when they reach him* (p. 18);

(2) *I have lost a world of* ***delight*** *through this matter of delaying invitations. Fifty years ago I would have gone eagerly across the world to help celebrate anything that might turn up. It would have made no difference to me what it was, so that I was there and allowed a chance to make noise* (p. 18).

В данных примерах автор текста подчеркивает, что не испытывает больше положительных эмоций от праздничных мероприятий в силу возраста. 50 лет назад он бы с радостью принял любое приглашение на любую вечеринку в любой части света. Однако вынужден отказаться от приглашения сейчас.

Концепт JOY вербализуется как ключевым эмотивом *joy*, так и его синонимом *delight*. Апелляция к эмоции радости в контексте письма, содержание которого подробно раскрывает алгоритм действий, характерный для молодого Марка Твена в подобной ситуации, вполне уместна, учитывая личность автора, и свидетельствует о том, что писатель не утратил присущего ему чувства юмора.

Репрезентацию данного концепта находим и в официальной переписке по типу общения «один – много». Так, анонимный автор, представитель афроамериканского сообщества, пишет в редакцию газеты The Chicago Defender, обращаясь за помощью в получении пропусков для членов семей, желающих иммигрировать в северные штаты: *I am a reader of the defender and am* ***delighted*** *to know how times are there and was* ***glad*** *to know if we could get someone to pass us away from here to a better land* (p. 115). Эмотив *glad* также относится к синонимическому ряду лексических единиц, вербализующих концепт JOY. Согласно словарной дефиниции, *glad* означает "feeling pleasure, joy, or delight" [6]. Именно эти эмоции испытывает автор письма, имея возможность обратиться в газету со своей просьбой.

Концепт-эмотив JOY относится к группе трех доминирующих концептов, вербализованных в письмах сборника, – FEAR, JOY, INTEREST. Однако количество случаев апелляции к концепту в различных по стилю письмах отличается, а именно: в дружеской переписке он занимает второе место в соотношении ключевых концептов-эмотивов, в деловой переписке – третье.

FEAR / СТРАХ. Эмотив *fear* имеет несколько синонимов, однако словом, репрезентирующим концепт FEAR в качестве второго ключевого, может выступать эмотив *fright,* что подтверждается данными словарей [6; 7].

Слово *fear* означает "an unpleasant emotion caused by being aware of danger; a feeling of being afraid"; "an overwhelming feeling of fear and anxiety" [6]. Слово *fright*, в свою очередь, имеет следующие значения: "an overwhelming feeling of fear and anxiety; an emotion experienced in anticipation of some specific pain or danger (usually accompanied by a desire to flee or fight)" [7]. Значения слов *fear* и *fright* практически совпадают. В ходе анализа текстов писем учитывались количественные показатели репрезентации концепта FEAR ключевыми эмотивами *fear* и *fright* и их синонимами *dread, terror, horror, anxiety* (и их дериватами), а также прилагательным *afraid.*

Ключевые концепты-эмотивы в наибольшей степени представлены в неофициальной переписке в письмах-повествованиях. Например, в письме отца сыну о последних семейных новостях: *Mama and Grandma left on time, though she sat up all night for* ***fear*** *the man wouldn't come for the trunk. I haven't heard from her* (p. 14). Данный фрагмент содержит каузативную конструкцию *for fear of* (в высказывании послелог *of* опущен), содержащую ключевой эмотив *страх*. Эта фраза используется для вербализации причины такого эмоционального состояния человека, о котором идет речь – бабушки адресата. Она не смогла заснуть ночью, т.к. переживала перед отъездом из-за чемодана.

Автором следующего письма является активистка феминистского движения в США, которая после ареста была помещена в тюремную больницу. В этом учреждении в качестве наказания применялось принудительное кормление: *Alice Paul is in the psychopathic ward. She* ***dreaded*** *forcible feeding* ***frightfully,*** *and I hate to think how she must be feeling. <…> I heard myself making the most hideous sounds, like an animal in pain, and thought how* ***dreadful*** *it was of me to make such* ***horrible*** *sounds…* (p. 121). Концепт FEAR вербализуется в данном тексте неоднократно эмотивами, представленными различными частями речи – глаголом *dread*, наречием *frightfully*, прилагательными *dreadful* и *horrible*. В одном ограниченном текстовом пространстве данные лексемы значительно усиливают эмотивную тональность послания, вынуждая читателя не только сопереживать героине, но и испытывать страх вместе с ней.

Анализ случаев репрезентации концепта-эмотива FEAR показал, что эмоция страха вербализована в текстах эпистолярного жанра наибольшим количеством случаев: 38 % – в текстах неофициальной корреспонденции, 40 % – в официальных письмах. Высокая частотность случаев репрезентации концепта-эмотива FEAR в текстах как официальных, так и дружеских писем, вероятно, обусловлена тем, что данная базовая эмоция сопряжена с инстинктом самосохранения, и в контексте американской истории XX в., насыщенной драматическими событиями, люди часто испытывали страх за собственную жизнь и жизнь своих близких.

Итак, концепты-эмотивы FEAR, JOY, INTEREST преобладают среди 10 базовых концептов-эмотивов, объективированных в проанализированном языковом материале. Данный вывод подтверждается и результатами сравнения частотности репрезентации ключевых концептов-эмотивов в письмах различной прагматической направленности.

Большее количество эмотивов употреблено в письмах-повествованиях. При этом данный тип преобладает как в официальной, так и в неофициальной переписке. На втором месте по количеству использования эмотивов – эмоционально-оценочные письма. В этикетных письмах эмоции выражаются достаточно редко.

Таким образом, данные о соотношении количества концептов-эмотивов, актуализированных в разных типах писем по различным параметрам, совпадают. При этом однозначен вывод, что преобладают по степени эмотивности тексты писем, входящих в группу по типу общения «один – один». Далее следуют письма групп «много – один» и «один – много». Это обусловлено объективным фактором количественного преобладания писем группы «один – один» в сборнике. Эмотивная лексика, объективирующая ключевые концепты-эмотивы, почти не представлена в текстах писем, относящихся к типу общения «много – много» (ди-

пломатические, коммерческие, промышленные и письма между учреждениями), что соответствует логике жанрово-стилистической характеристики данного типа писем.

В относительных и абсолютных цифрах наибольшее количество случаев использования эмотивов, объективирующих базовые эмоции, характерно для неофициальной переписки – 69 %. Факт преобладания случаев актуализации ключевых концептов-эмотивов в текстах дружеской переписки, вероятно, закономерен, т.к. в неформальном общении адресанты чаще склонны к открытому выражению своих чувств и эмоций.

Несмотря на то, что в официальной переписке эмотивов представлено почти в два раза меньше, тенденция обращения к определенным концептам-эмотивам сохраняется. В частности, наибольшее число эмотивов в обоих видах писем объективирует эмоцию страха.

Говоря о соотношении концептов-эмотивов, объективирующих положительные, нейтральные и отрицательные эмоции, можно утверждать, что в текстах писем наиболее часто актуализируются концепты FEAR и JOY. При этом концепт INTEREST в абсолютном соотношении ключевых концептов занимает четвертое место по количеству случаев вербализации в текстах эпистолярного жанра.

В ходе исследования также был проведен анализ эмотивности писем, разделенных по гендерному признаку. 37 % писем были написаны женщинами, 63 % – мужчинами. Такое соотношение связано, вероятно, с тем, что в сборник редакторы включали большое количество официальных писем, авторами которых были известные писатели, общественные и политические деятели, в то время как в XX в. женщин в числе таковых было значительно меньше, чем мужчин.

Были подтверждены выводы о количественном преобладании в текстах случаев языковой объективации концептов-эмотивов FEAR, JOY и INTEREST независимо от гендерной идентичности авторов. В то же время очевидна более высокая степень эмотивности текстов писем, написанных женщинами.

Тексты эпистолярного жанра, как художественные и медиатексты, отражают реальную действительность, объективное время их создания. Поэтому письма, написанные в период Первой мировой войны, Второй мировой войны, холодной войны, войны во Вьетнаме – исторических событий, которые повлияли на мировое сообщество в целом и американскую нацию в частности, также были проанализированы с целью выявления наличия или отсутствия особенностей репрезентации ключевых концептов-эмотивов с учетом временного фактора.

Выборка писем 1910–1920 гг. представлена более чем полусотней посланий официального и неофициального характера. Значительных отклонений от общей тенденции к доминированию концептов-эмотивов FEAR, JOY и INTEREST не наблюдается, то же относится к стилистическим и прагматическим характеристикам текстов. Однако следует отметить, что в это время было написано большое количество писем от военнослужащих своим семьям – родителям и женам, в которых неизменно описываются не только будни военной службы, но и отношение адресантов к происходящим событиям с использованием эмотивов, вербализующих такие отрицательные эмоции, как DISTRESS-SUFFERING, DISGUST-DISLIKE, ANGER-RAGE.

Аналогичным образом были проанализированы письма, относящиеся к периоду Второй мировой войны с 1939 по 1945 гг. США вступили в эту войну не сразу, а через некоторое время – 7 декабря 1941 г. И в этот же день произошла трагедия – жестокое нападение японских военно-воздушных сил на американскую военную базу Перл-Харбор.

Своеобразным ответом на это событие станет затем катастрофический для жителей Японии сброс двух атомных бомб на острова Хиросима и Нагасаки. Последствия обоих нападений были чудовищными. Девушка-медсестра, проживающая в Гонолулу, рассказывает брату в своем послании о том, как дым продолжал нависать над базой Перл-Харбор еще в течение нескольких часов после бомбардировки.

В другом письме содержится приказ о том, что атомная бомба должна быть сброшена на Хиросиму. Даже много лет спустя адресаты мысленно могут оказаться свидетелями тех событий, эмоционально сопереживать авторам, которые все это видели наяву. В этом и состоит эмоциональная ценность писем для истории и культуры народа: они запечатлевают события, поступки и мысли людей, объективируя базовые эмоции, испытываемые адресантами в тот или иной момент: положительные, возникающие в связи с удовлетворением потребности или достижением цели; отрицательные, возникающие в связи с неудовлетворением потребности или недостижением цели, или нейтральные.

Однако в целом письма данного периода согласуются с общей картиной репрезентации ключевых концептов-эмотивов в третьем и четвертом десятилетиях XX в. Эмотивность текстов личных и деловых, писем гражданских и военных лиц данного периода практически ничем не отличается от аналогичных посланий других периодов, т.к. эмоции людей как часть культурного кода как раз и являются тем общим, что объединяет народ в разные времена.

Следом за событиями мировых войн наступил длительный период холодной войны, длившийся почти до конца XX в. Большинство писем в анализируемом сборнике относится к данному времени, характеризуемому противостоянием США (и Запада в целом) и СССР, что затронуло как политическую и военную, так и культурную и экономическую жизнь обеих стран. Данный исторический период был отмечен локальными противостояниями в различных регионах планеты, в которых США и СССР принимали опосредованное участие. Сюда относится колониальная война во Вьетнаме 1946–1954 гг., в которой Америка понесла значительные потери.

На фоне событий на мировой военно-политической арене общество и экономика страны продолжали развиваться со свойственными им взлетами и падениями. Люди вели переписку о сделках, встречах, семейных делах, своем мнении и эмоциональном отношении к фактам, событиям, другим людям, что соответствует стилистической и тематическо-коммуникативной классификации писем, вошедших в эту выборку.

Значительные отличия в соотношении представленных концептов-эмотивов в данной группе писем по сравнению с общей выборкой не были выявлены. Однако отдельные письма обладают особым эмотивным потенциалом. Например, полное тоски и боли письмо ветерана, размещенное на Мемориале ветеранов войны во Вьетнаме. Спектр эмоций, вербализованных в тексте этого письма, отличается насыщенностью и объективируется эмотивами отрицательного регистра.

В «Письмах века», как было установлено в ходе исследования, преобладают базовые концепты-эмотивы FEAR, JOY и INTEREST. Полученные данные могут свидетельствовать как о том, что людям вообще свойственно делиться друг с другом не только фактической информацией, но и эмоциональными переживаниями, так и о том, что в исследуемом историческом периоде указанные единицы ментального лексикона определяют специфику эмоциональной концептосферы народа.

Исторический период, к которому относится то или иное письмо, в целом не имеет решающего значения для формирования эмотивной доминанты текста. Определяющим фактором являются события, происходящие в жизни общества и отдельного индивида, которые влияют на настроения людей и процесс формирования их эмоциональной концептосферы. Глобальные потрясения XX в., участниками которых были и выдающиеся личности, и простые граждане США, способствовали проявлению соответствующих отрицательных эмоций в их посланиях, но в то же время люди продолжали испытывать радость и проявлять интерес к разным сторонам повседневной жизни.

Список литературы

1. Изард К. Психология эмоций: моногр. СПб.: Питер, 1999.

2. Ильин Е.П. Эмоции и чувства: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2001.

3. Ковалева Н.А. Русское частное письмо XIX века. Коммуникация. Жанр. Речевая структура: дис. … д-ра филол. наук. М., 2012.

4. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: моногр. Волгоград: Перемена, 2001.

5. Овсянникова В.В. К вопросу о классификации эмоций: категориальный и многомерный подходы // Вопр. экономики. 2013. № 37(175). С. 43–48.

6. Dictionary and Thesaurus. Merriam-Webster [Electronic resource]. URL: http://www.merriam-webster.com (дата обращения: 14.11.2017).

7. Dictionaries and translators on dictionary.sensagent.com [Electronic resource]. URL: http://dictionary.sensagent.com (дата обращения: 14.11.2017).

8. Grunwald L., Adler S.J. Letters of the century: America 1900–1999. N.Y.: Dial Press, 2008.

* * *

1. Izard K. Psihologija jemocij: monogr. SPb.: Piter, 1999.

2. Il'in E.P. Jemocii i chuvstva: ucheb. posobie. SPb.: Piter, 2001.

3. Kovaleva N.A. Russkoe chastnoe pis'mo XIX veka. Kommunikacija. Zhanr. Rechevaja struktura: dis. … d-ra filol. nauk. M., 2012.

4. Krasavskij H.A. Jemocional'nye koncepty v nemeckoj i russkoj lingvokul'turah: monogr. Volgograd: Peremena, 2001.

5. Ovsjannikova V.V. K voprosu o klassifikacii jemocij: kategorial'nyj i mnogomernyj podhody // Vopr. jekonomiki. 2013. № 37(175). S. 43–48.

Key emotive concepts in "Letters of the Century": America in 1900–1999

The article presents the results of the study conducted on the material of the collection of letters "Letters of the Century: America 1900–1999", during which the key emotive concepts as the fragments of the emotional concept sphere of the Americans in the XX century were identified and analyzed.

Key words: *etymology, emotions, emotive concept, epistolary genre.*

(Статья поступила в редакцию 11.12.2017)

Ю.И. МЕДНИКОВА, И.А. КАЛЮЖНАЯ
(Волжский)

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ И СОБЫТИЯ КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ НЕГАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ И НЕМЕЦКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Проблема прецедентности все чаще привлекает внимание отечественных и зарубежных лингвистов. Каждый человек является представителем определенной национальной культуры, включающей в себя язык, историю, литературу и национальные обычаи. Одним из языковых способов выражения ценностных смыслов социума являются прецедентные тексты и прецедентные феномены. Система прецедентных текстов представляет собой национальную лингвокультурную ценность, которая хранит в себе информацию об истории языка и общества.

Ключевые слова: *прецедентность, прецедентное имя, прецедентный феномен, прецедентный текст, газетный дискурс, публицистика, СМИ.*

При четко определившемся интересе к публицистическому тексту как к объекту исследований все более очевидным становится внимание к его коммуникативно-прагматическому содержанию и к механизмам речевого воздействия (РВ), осуществляемого при помощи языковых единиц различного уровня. Публицистические тексты ориентированы на РВ, что позволяет им не только формировать общественное мнение аудитории, представленной контингентом читателей той или иной газеты, но и осуществлять социальную власть посредством языка.

СМИ играют огромную роль в жизни нашего общества. Как отмечается в современных исследованиях, сегодня восприятие окружающего мира в очень большой степени зависит от того, каким представляют этот мир средства массовой информации [3]. Посредством языка (в частности, языка СМИ) осуществляется влияние человека на человека и социальная власть. В этом процессе СМИ играют главенствующую роль, т.к. важнейшей особенностью и конечной целью медиатекста является не только сообщение фактологической информации, но, как уже было сказано, и оказание максимального воздействия на читателя. По словам Г.Г. Почепцова, современные массмедиа открыли новые возможности воздействия, что позволило перенести их с позиции просто описывающих на позицию формирующих ситуацию [7]. При этом источник воздействия предусматривается в самом тексте. Все виды массовой коммуникации, в частности тексты газетных сообщений, ориентированы преимущественно на речевое воздействие, которое осуществляется как на интеллектуальную, так и на эмоциональную сторону восприятия получателя информации.

Поскольку газетные тексты всегда прагматически ориентированы, в них всегда присутствует элемент предвзятости и пристрастия. Авторы текстов газетных сообщений часто ставят перед собой цель внушить читателю определенное мнение (часто негативное) по описываемому вопросу. Как отмечает Г.Г. Почепцов, выдача негативной информации гораздо более сложный процесс, чем выдача позитивной. Мы более чувствительны именно к негативным событиям, поскольку они более значимы для принятия решений. Но для этого следует иметь особый инструментарий [Там же].

Очень часто инструментами воздействия на читателя служат прецедентные тексты или прецедентные имена. Прецедентные имена как единицы языка и речи выступают репрезентантами прецедентных концептов – ментально-вербальных единиц, которые используются для представления, категоризации, концептуализации и оценки действительности при построении картины мира и ее фрагментов [6].

© Медникова Ю.И., Калюжная И.А., 2018