

УДК 811.111:81'367.4

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/59-1-22>

Тетяна РЕДЧИЦЬ,

orcid.org/0000-0003-3497-7699

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов та міжнародної комунікації
Черкаського державного технологічного університету
(Черкаси, Україна) tania_redchyts@ukr.net*

Світлана ВОЛКОВА,

orcid.org/0000-0002-2405-1516

*старший викладач кафедри англійської мови гуманітарного спрямування № 3
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(Київ, Україна) yura_v@ukr.net*

КОНСТРУКЦІЇ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ В АНГЛІЙСЬКОМУ ТА НІМЕЦЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСАХ

Статтю присвячено дослідженню конструкцій на позначення емоцій в англійському та німецькому медійному дискурсах у зіставному аспекті. Конструкції у роботі трактуються як мовні вирази, що поєднують зовнішню форму і значення. Актуальність розвідки визначається спрямованістю сучасної лінгвістики на вивчення мовних засобів, які реалізуються у різних типах дискурсів. Особливий інтерес представляє медійний дискурс, зокрема дискурс новин, адже мова ведучих або продуцентів новинних повідомлень, друкованих або аудіо-візуальних, є актуальною, сучасною та вважається зразковою.

Мета статті полягає у виявленні структури та функцій конструкцій на позначення емоцій «радість» та «інтерес» в англійському та німецькому новинних дискурсах.

У статті доведено, що конструкції на позначення емоцій в англійських та німецьких текстах новинних повідомлень відрізняються не лише за своєю структурою, а й за функціями. У структурному плані англійським конструкціям притаманні в аспекті частотності іменниково-прейменникові та прикметниково-іменникові варіанти сполучення, в німецьких конструкціях переважають іменникові сполучення, іноді з прикметниками, та іменниково-прийменникові.

З'ясовано, що для достовірного дослідження функцій конструкцій у новинних повідомленнях необхідно враховувати побудову текстів новин. У дослідженні автори послуговувалися схемою текстів новин, яку запропонував голландський вчений ван Дейк. Авторами доведено, що в аспекті текстотвору аналізовані конструкції виконують проспективну функцію в англійських текстах та ретроспективну – в німецьких. Англійські продуценти текстів орієнтують реципієнтів вже починаючи із заголовку на певну емоцію, натомість у німецьких текстах емоція вербалізується в інтродуктивному блоці або в головному блоці події.

Ключові слова: емоція, конструкція, медійний дискурс, проспективна функція, ретроспективна функція, текст.

Tetiana REDCHYTS,

orcid.org/0000-0003-3497-7699

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages and International Communication
Cherkasy State Technological University
(Cherkasy, Ukraine) tania_redchyts@ukr.net*

Svitlana VOLKOVA,

orcid.org/0000-0002-2405-1516

*Senior Lecturer at the Department of English Language for Humanities
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
(Kyiv, Ukraine) yura_v@ukr.net*

CONSTRUCTIONS OF VERBALIZATION EMOTIONS IN ENGLISH AND GERMAN MEDIA DISCOURSES

The article is devoted to the study of constructions for the designation of emotions in English and German media discourses in a comparative aspect. Constructions in the work are interpreted as linguistic expressions that combine external form and meaning. The relevance of intelligence is determined by the focus of modern linguistics on the study of linguistic means, which are implemented in various types of discourses. Of special interest is the media discourse, in particular the news discourse, because the language of presenters or producers of news messages, whether printed or audio-visual, is relevant, modern and considered exemplary.

The purpose of the article is to reveal the structure and functions of the constructions to denote the emotions «joy» and «interest» in English and German news discourses.

The article proves that the constructions for denoting emotions in English and German texts of news messages differ not only in their structure, but also in their functions. In terms of structure, noun-preposition and adjective-noun conjugations are characteristic of English constructions in terms of frequency, German constructions are dominated by noun conjugations, sometimes with adjectives, and noun-preposition conjugations.

It was found that for a reliable study of the functions of constructions in news reports, it is necessary to take into account the construction of news texts. In the study, the authors used the scheme of news texts proposed by the Dutch scientist van Dijk. The authors proved that in the aspect of the text, the analyzed constructions perform a prospective function in English texts and a retrospective function in German texts. English text producers orientate recipients to a certain emotion starting from the title, whereas in German texts the emotion is verbalized in the introductory block or in the main event block.

Key words: *emotion, construction, media discourse, prospective function, retrospective function, text.*

Постановка проблеми. Дослідження медійного дискурсу є актуальним в аспекті його лексичного наповнення, оскільки мова медіа відтворює сучасний її стан. Одним із жанрів медіа-дискурсу є новинні повідомлення, адже вони репрезентують актуальні події, а тому сприймаються широким колом аудиторії. З огляду на це, відбір лексичних засобів, призначених для окреслення подій, має бути зрозумілим для реципієнтів різного віку, різного соціального статусу та різного рівня освіти. Якщо у давні часи взірцем мови була мова акторів театру, то сьогодні, беззаперечно, ще мова ведучих новин.

Деякі дослідники жанру новин наполягають на їхній об'єктивності. Однак, ми погоджуємося з думкою професора С. І. Потапенка (Potapenko, 2020), який доводить у своїх розвідках, що новинам притаманна суб'єктивність, яка полягає, зокрема, у відборі мовних засобів продуцентами текстів новинних повідомлень. До таких засобів належать конструкції на позначення емоцій. Реле-

вантним для нашої розвідки є дослідження зазначених конструкцій в англійському та німецькому медійних дискурсах у зіставному аспекті. Е. Голдберг присвятив низку робіт вивченню конструкцій і розглядає їх як поєднання форми, значення та функцій (Goldberg, 2006: 64). Вчений зазначає, що специфікою конструкцій є «їх збереження в пам'яті у готовому вигляді» (Goldberg, 2006: 5). На думку американського лінгвіста Чарльза Філмора (Fillmore, 1988: 37) конструкція сприймається як «мовний вираз, що поєднує зовнішню форму і значення». Відомо, що будь-яка мовна конструкція незалежно від контексту застосування має відповідати єдиному синтаксису та семантиці.

Аналіз останніх досліджень. Емоції як невід'ємна складова людського буття досліджувались не лише психологами (Bradberry & Greaves, 2009; Zeidner, Matthews & Roberts, 2009), а й ставали об'єктом розвідок як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів на прикладі різних мов та у різних аспектах. Так, роботи О. В. Бабенко (2012)

присвячені фразеосемантичному полю емоцій в єдності лінгвістичного та психологопедагогічного аспектів. І. П. Жох (2012) розглядає емотивні фразеологічні одиниці у статтях на різдвяну тематику газет “El país” і “El mundo”. Фундаментальною є робота лінгвіста М. Шварца-Фрізеля (Schwarz-Friesel, 2013), який досліджував вербалізацію емоцій у німецькій мові. Особливої уваги заслуговує робота англійських лінгвістів (Macagno & Walton, 2014), присвячена вивченню мовних одиниць на позначення емоцій в аргументації. Варто згадати роботи присвячені синтаксису емоційної лайки в англійській мові (Mackenzie, 2019) та семантиці емотивних маркерів та іншого ілокутивного змісту (Rett, 2019; Ponsonnet, 2014).

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених дослідженню вербалізації емоцій та емоційних станів, залишається відкритим питання їх реалізації у медійному дискурсі, зокрема, у дискурсі новин, що зумовило актуальність нашої розвідки.

Мета статті полягає у виявленні структури та функцій конструкцій на позначення емоцій «радість» та «інтерес» в англійському та німецькому новинних дискурсах у зіставному аспекті.

Виклад основного матеріалу. Дослідження конструкцій на позначення емоцій у текстах новин є цікавим через те, що однією з їхніх ознак є саме відсутність емоційності. Однак, як засвідчують тексти англійських та німецьких новин, лексика на позначення емоцій трапляється в новинних повідомленнях.

Психологи виділяють сім базових емоцій людини. *Інтерес* – народжує, мотивує, підживлює та посилює бажання вивчати навколишній світ, активність та пошук задоволення. Це позитивний емоційний прояв, що сприяє розвитку умінь та придбання знань. *Радість* – позитивна базова емоція людини, пов’язана із задоволенням потреб. Сум реалізується у реакції на втрату об’єкта задоволення. *Злість або гнів* – це негативна базова емоція людини, яка виникає, якщо на шляху задоволення потреби з’являється перешкода. *Страх* пов’язується з реакцією захисту або попередження про можливий біль чи загрозу, іншими словами, цей емоційний прояв виникає у разі небезпеки. Емоційна реакція відторгнення – *огиди* – негативна базова емоція, що виникає через різке протиріччя з естетичними чи моральними установками людини. Психологи розглядають *здивування* як миттєву реакцію на контакт із чимось незнайомим або незвичайним. Від зовнішніх обставин залежить, чи ця емоція позначається як негативна або позитивна.

Досліджуючи конструкції на позначення емоцій у текстах новин, слід враховувати текстопобудову новинних повідомлень, яка організована за схемою, запропонованою ван Дейком: заголовок, підзаголовок, головна подія, попередня подія, фон та вербальні реакції (Dijk, 1985: 87). Розташування конструкцій у структурних блоках тексту новини відіграє значну роль, оскільки вказує на їх важливість у змісті повідомлення (Щербак, 2022).

Конструкції на позначення емоції радості є найбільш частотними в англійському (23%) та німецькому (37%) медійних дискурсах. Однак вони реалізуються у текстах різної тематики. Так, у німецькому новинному дискурсі – це статті про спорт та розваги. Наприклад, у повідомленні під заголовком «*Neise und Renner krönen sich zu Junioren-Weltmeistern*» (tagesschau.de) від 13 січня 2023 року вжито конструкцію *Grund zur Freude* в інтродуктивному блоці повідомлення: «*Im Renner der Männer gab es wenig später aus deutscher Sicht den nächsten Grund zur Freude*». Зазначена конструкція взаємодіє із заголовним словосполученням *sich zu Junioren-Weltmeistern krönen*, яке експлікує причину радощів. У цьому випадку конструкція *Grund zur Freude* реалізує ретроспективну функцію.

У наступному повідомленні під назвою «*Angriff auf die Demokratie – in gelben Trikots*» від 09 січня 2023 йдеться про політичні події в Бразилії, однак, у наведеному контексті радість пов’язується також зі спортом, а саме із жовтим кольором форми національної футбольної команди. Бразильці пишаються останніми перемогами своїх спортсменів, а тому цей колір та форма стали символом нації, що засвідчує конструкція *ein Symbol der Freude des Volkes* у реченні: «*Das Trikot der Selecao sei ein Symbol der Freude des Volkes, heißt es in der Stellungnahme weiter*». У наведеному прикладі конструкція *ein Symbol der Freude des Volkes*, подібно до вище аналізованого прикладу, виконує ретроспективну функцію – відсилає до заголовного словосполучення *gelbe Trikots*.

На відміну від німецьких новинних повідомлень конструкції на позначення радості реалізуються в англійських текстах, присвячених розвагам, життю відомих особистостей та історії. Специфічною ознакою англійських новинних текстів є те, що конструкції на позначення емоцій вживаються у заголовках повідомлень, а не протягом розгортання новини. У цьому разі можна говорити про привернення уваги реципієнтів. Так, у заголовку «*The sheer joy of Jamie Lee Curtis cheering Michelle Yeoh sets a new bar for female best-friendship*» від 12 січня 2023 (theguardian.

com) вжито прийменникову конструкцію *the joy of*, яка розширюється за допомогою прикметника *sheer*.

У заголовку «*I've found extraordinary joy in knitting. Here's why*» від 31 жовтня 2022 радість позначається у сполученні іменника *joy* з прийменником *in*. Цікавим є приклад вербалізації радості у конструкції *joy as* у заголовку «*I didn't know if my mother was alive': joy and grief as Tigray reconnects to the world*» (theguardian.com) від 11 січня 2023. У наведеному прикладі зазначена конструкція розширюється за допомогою іменника *grief*, який є антонімом до іменника *joy*. Така взаємодія антонімічних іменників сприяє посиленню емоційного стану учасника події.

Взаємодія іменників на позначення протилежних емоцій є характерною для заголовків англійських новин. Ще одним підтвердження цього є заголовок «*Joy, loss and relief: digitised collection reveals the stories behind Armistice*» від 10 листопада 2022 року. У заголовку іменник *joy* стоїть в ініціалній позиції, взаємодіючи з іменником *relief* на позначення полегшення, який також можна позначити як позитивну емоцію, таку, що є складовою радості. У медіальній позиції стоїть іменник з негативними значенням – *loss* –, який позначає втрату. Іменник *loss* є складовою емоцій, що вербалізують іменники *sorrow* та *sadness*, які є антонімами до слова *joy*.

Конструкції на позначення інтересу посідають друге місце за частотністю вживання як в англійському (33%), так і в німецькому (30%) медійних дискурсах, реалізуючись в обох дискурсах здебільшого у текстах політичної тематики. Наприклад, у повідомленні під заголовком «*US-Justizminister setzt Sonderermittler ein*» від 12 січня 2023 року у головному блоці події вжито прийменникову конструкцію, розширену прикметником, *im öffentlichen Interesse*: «*Der ehemalige Staatsanwalt in Maryland werde prüfen, ob Gesetze verletzt wurden, sagte Garland bei einem kurzfristig anberaumten Auftritt in Washington. Diese Entscheidung sei «im öffentlichen Interesse» und sei wegen der «außergewöhnlichen Umstände» notwendig*». Слід зазначити, що ця конструкція є часто уживаною у німецьких текстах новин: «*«Ein wirksamer Schutz im Netz sei im öffentlichen Interesse» Frank Bräutigam, SWR, zu erfolgreichen Verfassungsbeschwerde von Renate Künast*» (tagesschau.de, 02.02.2022); «*Das kündigte Justizminister Merrick Garland in Washington an. Dies sei im öffentlichen Interesse. Die Unterlagen stammen aus Bidens Zeit als US-Vize*» (n-tv.de/de, 12.01.2023); «*Klaus: Wahltermin noch im Oktober*

liegt im öffentlichen Interesse» (deutsch.radio.cz, 15.01.2023).

Друге місце у німецькому дискурсі на позначення емоції інтересу посідає конструкція, реалізована сполученням іменника *Interesse* з прийменником *an*, як-то у заголовку «*Interesse an Stasi-Akten ungebrochen*» (theguardian.com) від 11 січня 2023 року. Заголовна конструкція повторюється в інтродуктивному блоці повідомлення: «*Das Interesse an Einsicht in die Akten ist auch nach Auflösung der Stasi-Unterlagenbehörde ungebrochen*».

В англійських текстах конструкції на позначення інтересу реалізуються сполученням іменника *interest* з прийменниками, які можуть розширюватися за допомогою прикметників. Аналіз текстів показав, що найбільш уживаними конструкціями на позначення емоції інтересу є *in the interest of*, *conflict of interest* та *the interest in*. Наприклад, у заголовку «*It is in the best interests of Ukraine, and the west, to end this war as soon as possible*» (theguardian.com) від 9 червня 2022 року конструкція *in the interest of* розширюється прикметником у вищому ступені порівняння – *best*. Прийменник *of* вказує на джерело інтересу. Ініціална позиція конструкції у заголовку та посилення значення іменника *interest* прикметником у вищому ступені порівняння виконують функцію привертання уваги реципієнта.

У заголовку «*Conflict of interest: have low cash rates created the 'everything bubble'?*» (theguardian.com) від 26 листопада 2022 року конструкція *conflict of interest* реалізує проспективну функцію, тобто орієнтує реципієнта на те, про який саме конфлікт інтересів йдеться у повідомленні.

Якщо у попередньому прикладі прийменник *of* вказує на джерело інтересу, то у конструкції *the interest in* прийменник *in* призначений для визначення мети інтересу, як-то інтересу до різноманітності у статті під назвою: «*The Conservative party's interest in diversity is superficial*» (theguardian.com) від 13 січня 2023 року.

Отже, прийменники у складі німецьких конструкцій на позначення радості та інтересу виконують синтаксичну функцію, натомість прийменники у складі англійських конструкцій виконують семантичну функцію.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Конструкції на позначення емоції радості та інтересу в англійських та німецьких текстах новин відрізняються як за своєю структурою, так і за функціями. В німецьких текстах аналізовані конструкції в аспекті текстотвору виконують ретроспективну функцію, вживаючись здебільшого в інтродуктив-

ному блоці або у головному блоці новини. Натомість конструкції на позначення емоцій в англійських текстах реалізують проспективну функцію, оскільки вживаються в заголовку. У структурному плані в німецьких конструкціях переважають іменникові сполучення та іменниково-прийменникові. Для англійських конструкцій притаманні іменниково-прейменникові та прикметниково-іменникові варіанти сполучення.

Перспективою подальших досліджень можуть бути розвідки у напрямку вивчення вербалізації конструкцій на позначення емоцій у текстах інших медійних жанрів. Вважаємо релевантним контрастивний аналіз конструктивних репрезентацій емоцій в німецькому, англійському та українському дискурсах з метою використання отриманих результатів у перекладацькій діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко О. В. Фразеосемантичне поле емоцій в єдності лінгвістичного та психологопедагогічного аспектів: монографія. Київ: ТОВ «Наукове-виробниче підприємство «Інтерсервіс», 2012. 210 с.
2. Жох І. П. Емотивні фразеологічні одиниці у статтях на різдвяну тематику газет “El país” і “El mundo”. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. 2012. Вип. 28. С. 150–156.
3. Щербак О. Лінгвориторичні стратегії зображення російсько-української війни 2022 року (на матеріалі повідомлень німецькомовного сайту tagesschau.de). *Актуальні питання іноземної філології*. Вип. 16. 2022. С. 219–225. <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2022-16-32>
4. Bradberry T., Greaves J. Emotional intelligence. San Diego: TalentSmart, 2009. 255 p.
5. Dijk T. A. van. Structures of news in the press. *Discourse and Communication*. Berlin: De Gruyter, 1985. Pp. 69–93.
6. Fillmore Ch. The Mechanisms of “Construction Grammar”. *BLS*. 1988. № 14. Pp. 35–55.
7. Goldberg A. E. Constructions at work. The nature of generalization in language. New York: Oxford University Press, 2006. 280 p.
8. Macagno F., Walton D. *Emotive Language in Argumentation*. Cambridge University Press, 2014. 292 p.
9. Mackenzie L. J. The syntax of an emotional expletive in English. *Emotion in Discourse*. John Benjamins Publishing Company, 2019. Pp. 66–87.
10. Ponsonnet M. The Language of Emotions: The case of Dalabon (Australia). John Benjamins Publishing Company, 2014. 460 p.
11. Potapenko S., Shcherbak O. Conflict – Crisis Hierarchy in English News Discourse: Cognitive Rhetorical Perspective. *Research in Language*. 2020. Volume 18, Issue 4. Pp. 53–67.
12. Rett J. The semantics of emotive markers and other illocutionary content. URL: https://linguistics.ucla.edu/people/Rett/Rett_2019_emotive_markers.pdf
13. Schwarz-Friesel M. *Sprache und Emotion*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2013. 400 p.
14. Zeidner M., Matthews G., Roberts R. D. What we know about emotional intelligence: how it affects learning, work, relationships, and our mental health/ London: A Bradford book, 2009. 464 p.

REFERENCES

1. Babenko, O. V. Frazеosemantychnе pole emotsii v yednosti lnhvistychnoho ta psykhohopedahohichnoho aspektiv [Phraseosemantic field of emotions in the unity of linguistic and psychological-pedagogical aspects]: monograph. K.: LLC “Scientific and Production Enterprise” Interservice”. 2012. 210 p. [in Ukrainian].
2. Zhokh, I. P. Emotyvni frazeolohichni odynitsi u stattiakh na rizdvianu tematyku hazet “El país” i “El mundo” [Emotional phraseological units in articles on Christmas issues of the newspapers “El país” and “El mundo”] *Problems of word, sentence and text semantics*. 2012. Vol. 28. Pp. 150–156 [in Ukrainian].
3. Shcherbak, O. Lnhvorytorychni strathii zobrazhennia rosiisko-ukrainskoi viiny 2022 roku (na materiali povidomlen nimetskomovnoho сайту tagesschau.de) [Linguistic strategies for portraying the Russian-Ukrainian war of 2022 (based on reports from the German-language site tagesschau.de)]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii*. 2022. Vyp. 16. pp. 219–225 [in Ukrainian].
4. Bradberry, T., Greaves, J. Emotional intelligence. San Diego: TalentSmart, 2009. 255 p.
5. Dijk, T. A. van. Structures of news in the press. *Discourse and Communication*. Berlin: De Gruyter. 1985. Pp. 69–93
6. Fillmore, Ch. The Mechanisms of “Construction Grammar”. *BLS*. 1998. № 14. Pp. 35–55
7. Goldberg, A. E. Constructions at work. The nature of generalization in language. New York: Oxford University Press, 2006. 280 p.
8. Macagno, F., Walton, D. *Emotive Language in Argumentation*. Cambridge University Press. 2014. 292 p.
9. Mackenzie, L. J. The syntax of an emotional expletive in English. *Emotion in Discourse*. John Benjamins Publishing Company. 2019. Pp. 66–87
10. Ponsonnet, M. The Language of Emotions: The case of Dalabon (Australia). John Benjamins Publishing Company. 2014. 460 p.
11. Potapenko, S., Shcherbak, O. Conflict – Crisis Hierarchy in English News Discourse: Cognitive Rhetorical Perspective. *Research in Language*. 2020. Volume 18, Issue 4. Pp. 53–67
12. Rett, J. (2019). The semantics of emotive markers and other illocutionary content. URL: https://linguistics.ucla.edu/people/Rett/Rett_2019_emotive_markers.pdf
13. Schwarz-Friesel, M. *Sprache und Emotion*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag. 2013. 400 p. [in German].
14. Zeidner, M., Matthews, G., Roberts, R. D. What we know about emotional intelligence: how it affects learning, work, relationships, and our mental health / London: A Bradford book. 2009. 464 p.