

Шпильная Н.Н.

**ДИАГНОСТИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ  
КАК ТРИГГЕР ЭМОТИВНОСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ  
ОБЫДЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

**(на материале интернет-комментариев к медиасобытиям)<sup>©1</sup>**

*Алтайский государственный педагогический университет,  
Россия, Барнаул, venata85@mail.ru*

*Аннотация.* Исследование выполнено в русле эмотивной социолингвистики. Оно вносит вклад в решение проблемы дискурсивного варьирования эмотивности. Цель статьи – описание эмотивности в виртуальном обыденном медиадискурсе как социоречевой сфере языкового сообщества. В работе формулируется гипотеза, согласно которой триггером эмотивности в данной сфере виртуальной коммуникации является диалогическая модальность носителя языка, определяющая способ понимания (интерпретации) медиасобытия. Исходя из того, что диалогическая модальность проявляется в трех вариантах – согласия, несогласия и в варианте нейтральной диалогической модальности, в публикации выделяются их эмотивные актуализаторы. Выявлено, что основными эмотивными актуализаторами диалогической модальности согласия являются энтузиазм, воодушевление, спокойствие; основными эмотивными актуализаторами диалогической модальности несогласия – негодование, возмущение, ирония, страх, (показная) покорность; нейтральной диалогической модальности – отстраненность, удивление и противоречивость чувств.

*Ключевые слова:* эмотивность; обыденный медиадискурс; диалогическая модальность; медиасобытие; триггер.

Поступила: 29.04.2020

Принята к печати: 12.01.2021

---

© Шпильная Н.Н., 2021

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ, номер проекта 20-012-00375 «Обыденный медийный дискурс: лингвокультурологический и лексикографический аспекты».

**Shpilnaya N.N.**

**Dialogical modality as a trigger of emotivity  
in a virtual everyday media discourse**

**(on the materials of Internet comments for media events)<sup>©1</sup>**

*Altai State Pedagogical University, Russia, Barnaul, venata85@mail.ru*

*Abstract.* The research was carried out within the framework of emotive sociolinguistics. It contributes to the problem solving of discursive variation of emotional breadth. The purpose of the study is to describe the emotional breadth in the virtual everyday media discourse as a socio-speech sphere of the language community. The hypothesis is generated in the paper, according to which the trigger of emotional breadth in this sphere of virtual communication is the dialogic modality of a native speaker, which determines the way of perceiving (interpreting) a media event. Based on the fact that the dialogic modality is manifested in three versions – a consent, a disagreement and a variant of neutral dialogic modality, their emotive actualizers are highlighted in the publication. It was revealed that the main emotive actualizers of the dialogic modality of the consent are enthusiasm, inspiration, calmness; the main emotive actualizers of the dialogical modality of the disagreement are perceived as resentment, indignation, irony, fear, (ostentatious) humility, and the main emotive actualizers of a neutral dialogic modality are stated as detachment, surprise and contradictory feelings.

*Keywords:* emotional breadth; everyday media discourse; dialogic modality; media event; trigger.

Received: 29.04.2020

Accepted: 12.01.2021

## **Проблемный контекст**

На сегодняшний день актуальными являются исследования, посвященные изучению эмотивности различных социоречевых сфер коммуникации. Так, изучаются эмотивные компоненты дипломатического [Беляков, 2015], романтического [Ренц, 2011], спортивного [Трубченинова, 2006] и других видов дискурсов. Такое направление исследований объясняется сформулированной В.И. Шаховским гипотезой, согласно которой эмоциональная сфера современного человека, представляемая как «социально-эмоциональное поле», является средой его обитания и осуществляется при помощи речи и механизмов коммуникации [Шаховский, 2018, с. 148].

---

© Shpilnaya N.N., 2021

<sup>1</sup> The reported study was funded by RFBR, project number 20-012-00375 «Everyday Media Discourse: Linguoculturological and Lexicographic Aspects».

Общепризнанным в эмотивной лингвистике является положение, согласно которому «эмоциональный интеллект» является фактором, определяющим речемыслительную деятельность носителей языка в различного рода социальных контекстах. Как следствие, изучение социально-коммуникативных вариантов реализации эмотивной деятельности составляет в настоящее время значимую область исследований в сфере эмотивной лингвистики, которую условно можно обозначить как *эмотивную социолингвистику*<sup>1</sup>. Наше исследование вписывается в проблемный контекст данного направления эмотивной лингвистики.

Проблемное поле эмотивной социолингвистики – дискурсивное варьирование эмотивной деятельности. В этой области уже накоплены некоторые наблюдения. Например, в исследованиях, посвященных изучению эмотивности в романтическом дискурсе, выделяется такая его специфическая черта, как «активная экспликация в нем эмоций восхищения, любви, счастья, радости и других положительных эмоций» [Ренц, 2011]. В работах, исследующих эмотивность в спортивном дискурсе, отмечается связь эмотивности с реализацией стратегии формирования развлекательности, с изменением эмоционального состояния читателя [Трубченинова, 2006].

Продолжая линию исследований эмотивности социоречевых сфер языкового сообщества, в данной статье мы остановимся на анализе эмотивности в виртуальном обыденном медиадискурсе. Описание специфики эмотивности в данной сфере коммуникации позволяет уточнить существующие представления о ее дискурсивном варьировании, что представляется значимым результатом для лингвистической теории эмоций.

## Исходные положения

Непосредственный предмет нашего анализа составляет эмотивность в виртуальном обыденном медиадискурсе, представленном интернет-комментариями к медиасобытиям<sup>2</sup>. Эмотивность данной социоречевой сферы рассматривается нами как проявление

---

<sup>1</sup> Ср., например, с таким разделом эмотивной лингвистики, как эмотивная лингвозкология.

<sup>2</sup> Медиасобытия – это новостные события, которые широко освещаются в различных СМИ.

эмоционального интеллекта [Шаховский, 2018], обнаруживаемого в ситуации актуализации эмоционально-оценочного отношения носителей языка к определенному референту. Эмоциогенным референтом в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации являются медиасобытия, которые вызывают определенный эмоционально-оценочный отклик у носителей языка, что в конечном счете определяет появление ответного высказывания – комментария. Последний в этом случае рассматривается как эмотивный речевой акт.

Современные исследования, посвященные изучению дискурсивного варьирования эмотивности, преимущественно акцентируют внимание на описании эмоций и средств их объективации. К примеру, выявлено, что в сфере романтической коммуникации эмотивность реализуется посредством перформативов, оценок и невербальных средств [Ренц, 2011]; в сфере дипломатической коммуникации выражается словами и словосочетаниями, как имеющими, так и не имеющими соответствующий (эмотивный) компонент в семантике единицы [Беляков, 2015].

В данной работе нас интересуют не столько средства реализации эмотивности, сколько условия актуализации эмотивности в социоречевых сферах языкового сообщества. Насколько нам известно, данный вопрос не становился предметом специального рассмотрения в эмотивной лингвистике.

Исходя из положения, согласно которому виртуальный обыденный медиадискурс представлен в форме диалога, мы далее полагаем, что триггером эмотивности в данной сфере коммуникации является диалогическая модальность носителя языка. Иными словами, нам представляется, что триггером эмотивности служит не само медиасобытие, а его интерпретация носителем языка. М.М. Бахтин, рассуждая о специфике диалога, отмечал его проявление в ситуации понимания, служащей условием диалогического понимания как модусной надстройки [Бахтин, 1986]. Обыденные медиакomментарии в таком случае рассматриваются как высказывания, опредмечивающие диалогическое понимание носителя языка. Действительно, виртуальные обыденные медиакomментарии являются следствием понимания и интерпретации медиасобытия, актуализируемого в новостной статье. В ранее опубликованных работах мы обосновали тезис, согласно которому диалогическое понимание проявляется в диалогических модальностях – согласия,

несогласия и нейтральной диалогической модальности [Шпильная, 2016]. При таком подходе диалогические модальности связаны с актуализацией модусной семантики в высказываниях, их появление – результат интерпретации носителем языка того или иного события. Это означает, что эмотивность виртуальной обыденной медиакommunikации связана с диалогическими модальностями. Эта связь проявляется в том, что эмоции служат актуализаторами диалогических модальностей.

Ставя вопрос таким образом, мы осознаем, что подобная постановка вопроса противоречит исследованиям, в которых утверждается, что мнения носителей языка реализуют прежде всего оценочность, а не эмотивность [Трубченинова, 2006]. Безусловно, признавая комментарии мнениями носителей языка, мы, тем не менее, полагаем, что они отражают не только оценочное, но и эмотивное отношение носителя языка к медиасобытию. Это можно объяснить тем, что обыденные медиакomментарии, ставшие эмпирической базой нашего исследования, возникают вследствие согласия или несогласия носителей языка с субъектом медиасобытия – одушевленным лицом, инициирующим референтное событие (см. далее).

### **Результаты исследования: эмотивные актуализаторы диалогической модальности в виртуальном обыденном медиадискурсе**

Далее проиллюстрируем особенности актуализации эмотивности в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации. Для анализа мы взяли интернет-комментарии к медиасобытию *«Губернатор Новосибирской области запретил торговлю в новосибирском метрополитене в целях обеспечения безопасности жителей города от терактов»*. Общее количество проанализированных медиакomментариев – 613.

Полагая, что диалогические модальности служат триггером эмотивности, выделим эмоции, сопровождающие актуализацию диалогических модальностей согласия, несогласия и нейтральной диалогической модальности в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации. В таком случае эмотивность предстает как один из способов актуализации диалогической модальности.

Предмет нашего внимания – эмотивные актуализаторы диалогической модальности в виртуальном обыденном медиадискурсе. Эмотивный актуализатор – это та эмоция, которая опредмечена в семантическом плане высказывания. Важно заметить, что эта эмоция может быть и не вербализована, зачастую она представлена как диссипативная структура.

### **Диалогическая модальность несогласия и ее эмотивные актуализаторы в виртуальном обыденном медиадискурсе**

Обозначим основные эмотивные актуализаторы несогласия в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации, обнаруживаемые на исследуемом языковом материале.

Эмотивный актуализатор негодование: *Плохое, нелогичное, необдуманное решение. На свидание как идешь, так цветы всегда в метро покупаешь... Выглядит как продолжение эпопеи с повышением налогов для ИП = Лоббирование интересов крупного бизнеса.. А ТЦ сейчас как всегда абсурдно поступят – завьесят ар. плату для ИП... Руководство города думает, что у нас криминализованная ситуация лучшая в РФ или даже в мире???*

Эмотивный актуализатор ирония: *спускаюсь я значит в метро.. захотелось купить бутылку минералки или жвачку – развернулся, сходил пешком в ауру или в мегу, вернулся в метро и дальше на работу поехал..))) а что..?? прикольно придумано – очень безопасно, а самое главное – очень умно и удобно, особенно зимой в -35...*

Эмотивный актуализатор возмущение: *Это просто антинародно превращать Метро в неуютные, безжизненные котокомбы где не кому обратиться за помощью если что – одни холодные стены...*

Эмотивный актуализатор страх: *Будем теперь ходить поздними вечерами по пустынным длинным мрачным вестибюлям.. сжимая в страхе газовый баллончик в потной ладони.. бррр..*

Эмотивный актуализатор покорность (показная покорность): *Хорошо, давайте уберем все киоски из метро. И попробуйте господин губернатор, например на площади Калинина в 8 утра купить простую булку к чаю – не купите, продуктовых магазинов рядом нет, только кофейни, золотые магазины, да МТС с Мегафоном.*

Как видим, диалогическая модальность несогласия имеет следующие эмотивные актуализаторы в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации: негодование, ирония, возмущение, страх, покорность. Как представляется, это связано с общей негативной оценкой решения властей, которое воспринимается как антинародное, нелогичное, необдуманное и пр.

### **Диалогическая модальность *согласия* и ее эмотивные актуализаторы в виртуальном обыденном медиадискурсе**

Обозначим основные эмотивные актуализаторы согласия в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации, обнаруживаемые на исследуемом языковом материале.

Эмотивный актуализатор энтузиазм: *Давно пора! Торговля в метро – пережиток 90 х!!! Я хочу ездить в метро, а нужные товары покупать в магазинах!!! Этож сколько нужно взяток одним только пожарным давать, что бы они закрывали глаза на торговлю в вестибюлях метро. Барак пора прекращать уже и вести дела цивилизованно.*

Эмотивный актуализатор воодушевление: *– Надо еще баракхолку закрыть, толку от нее все равно никакого нет. – К обеду торговля уже заканчивается, не понятно, для кого они там работают?*

Эмотивный актуализатор спокойствие: *Закрывают очередное коррупционное опасное направление. В общем, идея правильная.*

Приведенные примеры показывают, что диалогическая модальность согласия сопряжена с такими эмотивными актуализаторами, как энтузиазм, воодушевление и спокойствие. По всей вероятности, это можно объяснить тем, что медиасобытие воспринимается как позитивное и оценивается как правильное.

### **Нейтральная диалогическая модальность и ее эмотивные актуализаторы в виртуальном обыденном медиадискурсе**

Обозначим основные эмотивные актуализаторы нейтральной диалогической модальности в сфере виртуальной обыденной медиакommunikации, обнаруживаемые на исследуемом языковом материале.

Эмотивный актуализатор отстраненность: Мнения разделились. Пора референдум проводить по поводу разрешения, запрещения торговли в метро. Но в некоторых узких переходах киоски реально мешают, когда людей много идет, это факт. Если уж так много сторонников запрета, то хотя бы убрать киоски из узких мест. Оставить только там, где достаточно пространства для свободного прохода в часы пик.

Эмотивный актуализатор удивление: Мне ни холодно, ни жарко от этих киосков, просто удивительно: из метро киоски убирают «в целях безопасности», а на вокзале Новосибирск-Главный (внутри) наоборот торговый центр собирают оборудовать. Там меньше опасностей?

Эмотивный актуализатор противоречивость чувств: С одной стороны жалко, с другой – торговли в Нью Йорской, Токийской или Тайбее и прочих подземках я тоже особенно не замечал, может и правильно.

Как видим, нейтральная диалогическая модальность актуализуется такими эмоциями (эмоциональными состояниями), как отстраненность, удивление и противоречивые чувства. При этом можно предположить, что эмоция удивления появляется в связи с тем, что событие рассматривается как противоречивое на фоне других подобных событий. В целом же носители языка, которые нейтрально интерпретируют данное событие, либо демонстрируют неоднозначность эмоционального восприятия медиасобытия, либо интерпретируют его как событие, которое не попало в зону их модусной рефлексии или в зону проявления эмоционального интеллекта.

## Заключение

Завершая статью, отметим, что в ней рассматривалась проблема условий проявления эмотивности в виртуальном обыденном медиадискурсе. В качестве триггера эмотивности в данной социоречевой сфере выделена диалогическая модальность носителя языка, сопряженная с тем или иным способом понимания медиасобытия. Исходя из того, что диалогическое понимание носителя языка связано с актуализацией трех диалогических модальностей – согласия, несогласия и нейтральной диалогической модальности, мы посчитали возможным использовать данный диапазон модально-



стей для выделения их эмотивных актуализаторов в сфере обыденной медиакommunikации, осуществляемой в виртуальной форме.

Так, в работе выделены эмотивные актуализаторы диалогической модальности согласия, несогласия и нейтральной диалогической модальности в виртуальном обыденном медиадискурсе. Основные эмотивные актуализаторы диалогической модальности согласия: энтузиазм, воодушевление, спокойствие. Основные эмотивные актуализаторы диалогической модальности несогласия: негодование, возмущение, ирония, страх, (показная) покорность. Основные эмотивные актуализаторы нейтральной диалогической модальности: отстраненность, удивление и противоречивость чувств.

Перспективы исследования могут быть связаны с сопоставительным анализом эмотивности как актуализатора диалогической модальности в разных социоречевых сферах языкового сообщества.

### Список литературы

- Бахтин М.М. К методологии гуманитарных наук // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – 2-е изд. – Москва : Искусство, 1986. – С. 381–393, 429–432.
- Беляков М.В. Характер эмотивности дипломатического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 2. – С. 124–132. – URL: <http://journals.rudn.ru/linguistics/article/view/9354/8805> (дата обращения: 10.04.2020)
- Ренц Т.Г. Эмотивность романтического дискурса в англоязычной коммуникации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 6 (101). – С. 177–185. – URL: [https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/425/o%206\\_101\\_9.pdf](https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/425/o%206_101_9.pdf) (дата обращения: 10.04.2020)
- Трубченинова А.А. Эмотивность и оценочность в немецком газетном спортивном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2006. – 208 с.
- Шаховский В.И. Коммуникация в эмоциональной сфере человека: экологический и эмоциональный интеллект // Эмоциональная сфера человека в языке и коммуникации: синхрония и диахрония: материалы Международной конференции. Москва ; Ярославль : Канцлер, 2018. – С. 145–162.
- Шпильная Н.Н. Русский диалогический текст: деривационный аспект: дис. ... д-ра филол. наук. – Кемерово, 2016. – 623 с.

## References

- Bakhtin, M.M. (1986). K metodologii gumanitarnyh nauk [On the methodology of the humanities]. In: *Aesthetics of verbal creativity* (pp. 381–393, 429–432). Moscow.
- Belyakov, M.V. (2015). Emotive character of a diplomatic discourse. *Russian Journal of Linguistics*, 2, 124–132. Retrieved from: <http://journals.rudn.ru/linguistics/article/view/9354/8805>
- Rents, T.G. (2011). Emotiveness in romantic discourse. *Belgorod State University Scientific Bulletin*, 6(101), 177–185. Retrieved from: [https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/425/o%206\\_101\\_9.pdf](https://www.bsu.edu.ru/upload/iblock/425/o%206_101_9.pdf)
- Trubcheninova, A.A. (2006). *Jemotivnost' i ocenochnost' v nemeckom gazetnom sportivnom diskurse* [Emotional breadth and evaluativity in the German newspaper sports discourse]. Abstract of Philology PhD thesis. Moscow. 208 p.
- Shahovskij, V.I. (2018). Kommunikacija v jemocional'noj sfere cheloveka: jekologicheskij i jemocional'nyj intellekt [Communication in the emotional sphere of a human being: environmental and emotional intelligence]. In: *Jemocional'naja sfera cheloveka v jazyke i kommunikacii: sinhronija i diahronija* [The emotional sphere of a human being in language and communication: synchrony and diachrony] (pp. 145–162). Moscow; Yaroslavl: Chancellor Publishing House.
- Shpil'naja, N.N. (2016). *Russkij dialogicheskij tekst: derivacionnyj aspekt* [The Russian dialogical text: a derivational aspect] (Unpublished Doctoral thesis). Kemerovo.