

О. Т. Кундис,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ЕМОТИВНИЙ КОМПОНЕНТ У НОМІНАТИВНИХ РЕЧЕННЯХ (НА МАТЕРІАЛІ ІТАЛІЙСЬКОГО МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ)

*Проаналізовані номінативні речення в італійському мас-медійному дискурсі. Предмет дослідження – наявність в даних реченнях емотивного компонента. Критерієм для відбору слугував факт наявності в них вираження тієї чи іншої емоції згідно з класифікацією базових емоцій К. Ізарда. Виділено дві підгрупи речень із різними типами вираження емоційного забарвлення.*

**Ключові слова:** номінативні речення, емоції, мас-медійний дискурс, емоційне забарвлення, італійська мова.

*Проанализированы номинативные предложения в итальянском масс-медийном дискурсе. Предмет исследования – наличие в данных предложениях эмотивного компонента. Критерием для отбора послужил факт наличия в них выражения той или иной эмоции согласно классификации базовых эмоций К. Изарда. Выделены две подгруппы предложений с различными типами выражения эмоциональной коннотации.*

**Ключевые слова:** номинативные предложения, эмоции, масс-медийный дискурс, эмоциональная коннотация, итальянский язык.

*The article deals with the analysis of nominal sentences in Italian mass media discourse. The presence of emotive component in these sentences was the subject of research. The expression of various emotions according to the basic emotions classification proposed by K. Izard has been the criterion for selection of sentences. Two subgroups of nominal sentences with different types of expression of emotional connotation are presented.*

**Keywords:** nominal sentences, emotions, mass media discourse, emotional connotation, Italian.

Стаття ставить собі за мету дослідити номінативні речення в італійській мові на предмет наявності в них емоційно забарвленої лексики та способи вербалізації емоційного стану автора за допомогою номінативних речень в цілому. Джерельною базою для дослідження слугували три найважливіші італійські видання: *La Repubblica* (Рим), *Corriere della Sera* (Мілан) та *La Stampa* (Турин). Було проаналізовано 75 статей на різну тематику з цих видань. Вибірка фактичного матеріалу налічує 65 прикладів використання номінативних речень, з яких 21 (32,3%) містить емотивний компонент.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що дослідження лежить на перетині двох наук – лінгвістики та психології. Міждисциплінарні дослідження дають змогу краще та в більшій мірі проаналізувати різнобічні питання, оскільки не обмежуються теоретичними та практичними знаннями однієї науки.

**Номінативне речення (НР)** – односкладне речення, головний член якого виражений іменником або іншою субстантивованою частиною мови. Номінативним вважається будь-яке стверджувальне, наказове, питальне чи окличне речення, предикація якого виражена без використання дієслова [2, с. 418]: *Stop al finanziamento pubblico* [8, 31/05/13]. Структуру НР становлять: ядро, виражене іменником, іменною синтагмою чи займенником, та залежні від нього слова, що виконують функції детермінантів, означень та додатків [3]: *Blocchi parziali di Twitter e Facebook* [7, 01/06/13].

**Емоції**, за визначенням психологів, це короткотривалі душевні переживання людини, що визначають її суб'єктивне ставлення до ситуації, що склалася, до об'єктивної дійсності та до самої себе [1]. Емоції є позамовним явищем, вони пов'язані з діяльністю людини та з навколишньою дійсністю і знаходять своє відображення в мові. Попри власне психологічний аспект, їх розглядають і в лінгвістичній проекції. Для вербалізації емоцій використовується емоційно забарвлена лексика, що містить компонент оцінки та виражає почуття людини і її сприйняття дійсності.

Для даного дослідження були проаналізовані 65 НР, знайдені в 75 статтях, серед яких 21 речення (32,3%) з емотивним компонентом. Для відбору емотивних компонентів використана класифікація базових емоцій, запропонована американським психологом К. Ізардом. Вчений у своїх працях виділяє 11 фундаментальних емоцій: *інтерес, радість, здивування, сум, гнів, відроза, презирство, страх, сором, збентеження та провина* [1, с. 64].

В результаті аналізу визначено, що емотивний компонент присутній лише в певній частині речень. Більшість же НР є інформативними, тобто такими, що не покликані виразити емоції та ставлення автора статті до написаного: *Regole cambiate per avere lo stipendio* [7, 31/05/13]; *Accesso diretto alla modalità desktop che permette di muoversi in un ambiente più simile a quello di Windows 7* [6, 30/05/13]. В таких емоційно нейтральних НР ставиться мета максимально лаконічно передати ту чи іншу інформацію, подати авторський підсумок висловленого у статті або ж швидко ввести читача в ситуацію, що стане предметом подальшої розповіді: *Le soglie e le ipotesi sul prossimo sistema* [6, 01/06/13].

В емоційно забарвлених НР передача інформації відходить на задній план, що дозволяє таким чином в повному обсязі показати суб'єктивне ставлення автора тексту до новини, передати його емоції та особисте тлумачення ситуації: *Passaggio storico* [8, 31/05/13]; *Una tesi sorprendente e che non mancherà di fare discutere* [6, 01/06/13].

Варто зазначити, що на сторінках італійських видань не зустрічаємо прикладів НР, які б виражали всі 11 виділених К. Ізардом емоцій. Серед проаналізованих НР не вдалося знайти жодного зразка, який містив би вербалізацію емоцій *страху, сорому, збентеження та провини*. Натомість, були виявлені приклади вираження решти 7 емоцій із використанням НР.

Серед емоційно забарвлених НР найчисельнішими є речення із вираженням емоції *гніву* (19,5%): *Legge truffa* [8, 31/05/13]. Згідно з трактуванням К. Ізарда, гнів – це емоція, викликана відчуттям фізичної або психологічної несвободи людини [1, с. 187]. Вона виявляє неприйняття людиною дійсності та обурення неможливістю її змінити: *L'ennesima beffa di questa legislatura* [8, 01/06/13].

Емоція *радості* – це відчуття сильного душевного задоволення [1, с. 122]. Серед прикладів було виявлено досить велику кількість НР із вираженням емоції радості (18,9%): *Un cambio di paradigma!* [8, 01/06/13]. Трапляються вони переважно в кінці статті, висловлюючи позитивні сподівання автора щодо висловленого ним: *Conferme che fanno solo piacere* [8, 01/06/13]. Такі речення в більшості випадків є окличними за інтонаційною спрямованістю та непоширеними за будовою, складаючись лише з головного члена та оказіонально одного додатка чи означення.

Чисельними в італійських мас-медійних текстах є НР із вираженням емоції *здивування* (18,9%): *Segno di un fallimento?* [7, 01/06/13]; *Pieno sostegno Marchionne?* [6, 30/05/13]. Згідно з К. Ізардом, така емоція породжується зовнішніми факторами, спричиненими виникненням неочікуваних ситуацій [1, с. 153]. В аналізованих статтях найчастіше зустрічаємо НР із компонентом здивування в заголовках, на початку та в середині тексту статті. Після них розташовуються двоскладні речення, що розгортають думку, висловлену в НР, або ж дають відповіді на поставлені за допомогою НР питання.

В досліджуваних мас-медійних матеріалах менш чисельними є НР із позначенням емоції *інтересу* (14,2%). Емоція інтересу – це позитивне ставлення людини до певного предмету, явища чи події, що сприяє підвищенню її мотивації в тому чи іншому виді діяльності [1, с. 95]. НР із позначенням інтересу розміщені в основному в заголовках статей. В подальшому тексті автором показується розгортання події та коментарі, викликані описуваною ситуацією: *Strana coppia a pranzo* [6, 01/06/13]; *Celebrazione all'insegna della sobrietà* [7, 01/06/13].

В однаковій кількості представлені НР із компонентом емоцій *суму*, *презирства* та *відрази* (по 9,5% кожне). Емоцію *суму* зараховують до негативних емоцій, різновидами якої є пригнічення, печаль, зневіра [1, с. 157]. В текстах мас-медіа НР з емотивним компонентом суму розміщені в кінці текстового відрізка або статті: *Un popolo senza padroni* [6, 31/05/13]; *O rimembranze...* [8, 01/06/13].

Згідно з К. Ізардом, *презирство* – це емоція, що призводить до перебільшення відчуття власної значущості людини та до знецінення інших людей та об'єкта презирства [1, с. 218]. В аналізованих італійських статтях НР із вербалізацією емоції презирства спрямовані в основному на важливих політичних діячів, нові закони та ухвали уряду чи певні політичні події. Розташовані вони переважно в заголовках та містять елементи іронії: *Grillo burattinaio* [7, 31/05/13].

Емоція *відрази* в трактуванні К. Ізарда представляє певний примітивний механізм уникнення того, що людині неприємне [1, с. 208]. НР із позначенням емоції відрази розташовані переважно після опису певної події чи факту, виконуючи таким чином функцію емоційно негативної оцінки описуваного: *Gesto scarsamente attendibile* [7, 31/05/13]; *Aziende chiuse, ricchezza perduta, economia ferma* [7, 01/06/13].

Варто зазначити, що К. Ізард не зараховує *сарказм* до своєї класифікації базових емоцій. Проте, незважаючи на це, є доцільним розглядати сарказм як один з основних емотивних компонентів НР в італійській мові. Грунтуючись на проаналізованих матеріалах, можна стверджувати, що в італійських мас-медійних текстах велика кількість НР, навіть інформативного характеру, часто містить в собі елемент сарказму, висловленого автором статті як реакцію на повідомлюване: *Insomma, nessuna fretta* [7, 31/05/13]; *Magra consolazione?* [6, 17/10/12]. Часто такі речення оформлюються у вигляді риторичних запитань: *Risparmi, gli italiani?* [6, 31/05/13].

Поява емоційно забарвлених НР, незалежно від вираженої в них емоції, спричинена певними подіями, переважно політичними, та соціальними обставинами, що виходять за рамки звичного світосприйняття людини. Такі речення відображають реакцію автора як особи, приналежної до тієї чи іншої нації, на соціально-політичне тло, щоденні проблеми та визначні в якомусь плані події.

Враховуючи мовні засоби, використані для вираження емоцій, НР з емотивним компонентом в мас-медійному дискурсі можна розділити на дві підгрупи: 1) НР з головним членом, представленим іменником з емоційно забарвленою семантикою: *Uno str...* [6, 01/06/13]; *Il flop delle unioni civili* [7, 01/06/13]. Дані речення є своєрідною реакцією-підсумком автора на подану раніше інформацію та для правильного тлумачення не потребують додаткового контексту: *Redditi da fame* [7, 31/05/13]; 2) НР, до складу яких не входить емоційна лексика, які, однак, набувають емоційного забарвлення в контексті: *Stupri, ricatti e mazzette* [7, 01/06/13]; *Assoluta convinzione su futuro insieme* [6, 30/05/13]. Часто такі речення наділені гострим саркастичним звучанням і стають зрозумілими тільки після прочитання усього текстового фрагмента: *I paradossi del nostro portafoglio* [6, 17/10/12]; *Una sorta di stipendio per Bossi* [6, 01/06/13]. Інколи вони постають у формі риторичних запитань, що, на перший погляд, не містять жодної емотивної конотації: *La prova?* [7, 31/05/13]; *Il sindaco?* [6, 01/06/13]. Після них, зазвичай, розташовуються двоскладні речення, покликані розвинути розпочату думку чи дати відповідь на поставлене запитання.

Що стосується структури проаналізованих НР, можна стверджувати про незначну перевагу у кількісному співвідношенні речень із емоційно забарвленим ядром (56%): *Vendetta per il mancato invito a un evento* [7, 31/05/13]; *Un secolo di storia* [8, 01/06/13]. На протизу цьому, зустрічаємо меншу кількість НР, в яких емотивний компонент припадає на периферію (44%): *Vita dura per i gioiellieri* [7, 31/05/13]; *Redditi più alti, ma comunque sempre vicini alle soglie di povertà* [7, 31/05/13].

Таким чином, на основі здійсненого дослідження можна зробити висновок, що в італійських медіа-текстах використовуються НР як нейтрально-інформативного характеру, так і НР з яскраво вираженим емотивним компонентом, хоча й з певною перевагою речень першого типу. Основною ж комунікативною функцією НР з емотивною конотацією є вербалізація емоційного стану автора тексту, вплив на емоції та почуття потенційно-

го читача, переконання його в тому чи іншому судженні та гіпотетичний вплив на його подальші дії. В такому випадку інформативна функція емоційно забарвлених НР повністю нівелюється або ж стає другорядною в порівнянні з експресивною.

**Література:**

1. Изард К. Э. Психология эмоций / Перев. с англ. – СПб : Питер, 1999. – 464 с.
2. Battista Moretti, G. L'italiano come prima o seconda lingua nelle sue varietà scritte e parlate. Volume I. 3a edizione riveduta e aggiornata / G. Battista Moretti. – Perugia, 1996. – P. 418–420.
3. Dardano, M., Trifone, P. Grammatica italiana con nozioni di linguistica. Terza edizione / M. Dardano, P. Trifone. – Bologna : Zanichelli, 1999. – 789 p.
4. Sensini, M. La grammatica della lingua italiana. Con la collaborazione di F. Roncoroni / M. Sensini, F. Roncoroni. – Milano: Arnoldo Mondadori Editore, 1997. – P. 431–432.
5. Serianni, L. Italiano. Grammatica, sintassi, dubbi / L. Serianni. – Torino : Garzanti, 2000. – P. 437–438.
6. Corriere della Sera. – Режим доступу до вид. : <http://www.corriere.it/> (17/10/12; 30/05/13; 31/05/13; 01/06/13). – Назва з екрану.
7. La Repubblica. – Режим доступу до вид. : <http://www.repubblica.it/> (30/05/13; 31/05/13; 01/06/13). – Назва з екрану.
8. La Stampa. – Режим доступу до вид. : <http://www.lastampa.it/redazione/default.asp> (31/05/13; 01/06/13). – Назва з екрану.