

Виктория Юрьевна Шашкова

*Северный (Арктический) федеральный университет
им. М. В. Ломоносова
163001, Россия, г. Архангельск, ул. Набережная Северной Двины, д. 17
✉ viktorija.shashkova@yandex.ru*

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-302-304

ОБЪЕКТЫ АДМИРАТИВНОЙ ОЦЕНКИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Адмиратив описывает два когнитивных состояния говорящего (либо адресата): незнание, не отрицающее возможность отсутствия ситуации, и ситуация с только что приобретенным знанием о наличии ситуации.

В языках балкано-западноазиатского ареала адмиратив маркирует удивление говорящего, которое является реакцией на несоответствие новой информации его представлениям и ожиданиям [So Yong Kim, Aleksova, 2003; DeLancey, 1997].

«Адмиратив существует в системах балканских языков, так как преобладает тенденция к маркированию эвиденциальности в сочетании с модальностью» [Плунгян, 2011].

Адмиративность можно определить как «лингвистическую категорию, которая характеризует пропозицию как представляющую интерес, неожиданную или удивляющую».

Чтение, согласно теории речевой деятельности, является реактивным видом. Реакция эта представляет собой те мысли-тексты, кото-

рые порождаются в итоге прочитанного, сопоставлении читателем своей позиции с позицией автора и согласием/несогласием с ним.

Психологи уверены: эмоции «натянуты» на многовековой и многомерный опыт человека.

Взаимоотношения языка и эмоций: «Общественная природа языка, связь языка с мышлением и коммуникативная предназначенность как глобальная функция языка указывают на его несомненную психологичность, т. е. человечность... Язык одинаков для всех и различен для каждого, прежде всего, в сфере его эмотивности, где диапазон варьирования и импровизации семантики языковых единиц в сфере их личностных эмотивных сигналов более широк и многообразен» [Шаховский, 1998].

Степень эмоциональной развитости личности, вне всякого сомнения, связана со степенью его интеллектуальной развитости, умением оценить те же эмоции, появившиеся у другого человека.

Так, в СМИ вниманию читателей предоставляются высказывания известных людей, но такие, которые при соотношении действительности оказываются нелогичными, абсурдными. И по мере ознакомления с ними у читателя может возникнуть реакция: «Как же он/она мог/могла такое сказать?!». Это есть адмиративная оценка, которая образует вместе с восхищением, радостью, иронией, пренебрежением, сарказмом и рядом других интеллектуальных эмоций.

Использование эмотивных единиц облегчает решение задач воздействия на читателя. Выражение эмоций в газетном тексте обусловлено и резкой активизацией личностного начала в прессе.

Ядром выражения эмоций являются особые непредикативные единицы — эмотивные коммуникативы, например, *Слава Богу*.

Выражать эмоции могут и предикативные единицы: вопросительные и восклицательные высказывания, а также высказывания, в состав которых входят коммуникативы, повтор, парцелляция, инверсия, эмотивная лексика.

Литература

Плунгян В. А. Введение в грамматическую семантику: грамматические значения и грамматические системы языков мира / В. А. Плунгян. М. : РГГУ, 2011. 672 с.

Шаховский В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации // Филологические науки. 1998. № 2. С. 59–65.

DeLancey S. Mirativity: The grammatical marking of unexpected information. 1997.

So Yong K., Aleksova K. Mirativity in Korean and Bulgarian Third International Academic Conference of KACEES Bulgaria, Korea, Central & East Europe — Humanities and Social Science 14th — 15th July. 2003. Sofia University, Sofia, Bulgaria. P. 1–17.