

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.67>

Смахтин Евгений Сергеевич, Васьбиева Динара Гиниятулловна, Калугина Ольга Анатольевна
**ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НАИМЕНОВАНИЙ ЭМОЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ
ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ**

В данной статье рассматриваются особенности языковой репрезентации эмоций в текстах онлайн-версий англоязычных журналов и газет финансово-экономической направленности. Полученный методом сплошной выборки языковой материал категоризирован и проанализирован в соответствии с авторской классификацией наименований эмоций. Основное внимание уделяется исследованию синтагматических связей эмотивной лексики, функциональной и стилистической направленности слов, называющих эмоции, а также корреляции номинантов эмоций с терминологией из области экономики и финансов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/3/67.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 3. С. 314-319. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81-2

Дата поступления рукописи: 10.01.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.67>

В данной статье рассматриваются особенности языковой репрезентации эмоций в текстах онлайн-версий англоязычных журналов и газет финансово-экономической направленности. Полученный методом сплошной выборки языковой материал категоризирован и проанализирован в соответствии с авторской классификацией наименований эмоций. Основное внимание уделяется исследованию синтагматических связей эмотивной лексики, функциональной и стилистической направленности слов, называющих эмоции, а также корреляции номинантов эмоций с терминологией из области экономики и финансов.

Ключевые слова и фразы: вербализация эмоций; языковая репрезентация эмоций; англоязычная публицистика экономической направленности; эмотивная лексика; наименования эмоций.

Смахтин Евгений Сергеевич, к. филол. н.

Васьбиева Динара Гиниятулловна, к.э.н., доцент

Калугина Ольга Анатольевна

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

ESSmhtin@fa.ru; dgvasbieva@fa.ru; oakalugina@fa.ru

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НАИМЕНОВАНИЙ ЭМОЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

В наши дни исследования в области эмотиологии выходят на новый уровень, появляются смешанные научные направления, специализирующиеся на изучении проблематики эмоций с разных ракурсов. Так, наблюдается повышенный интерес к новой отрасли антропоцентрической лингвистики – лингвоэкологии (или экологической лингвистике). В частности, известный российский ученый В. И. Шаховский отмечает ориентированность лингвоэкологии на эмотивную составляющую речи и рассматривает эмотивную лингвоэкологию как науку «об охране здоровья языка, языковой среды, окружающей человека, как части природы и здоровья самого человека говорящего» [17, с. 12]. При этом автор монографии выделяет два подхода к изучению языка с точки зрения лингвоэкологии – во взаимодействии как с его пользователем, так и с другими языками [Там же, с. 18-19].

В более поздней работе исследователь обращается к проблемам теории языковой личности, приводит доказательства в пользу включения эмоциональной составляющей в структуру концепта языковой личности, а также обосновывает целесообразность использования нового научного термина – «эмоционально-коммуникативная личность». Автор подчеркивает фактическую коммуникативность любой языковой личности, т.к., по словам исследователя, «коммуникация невозможна без участия эмоциональных переживаний темы, контента и отбора языковых/стилистических средств в процессе общения». Следовательно, есть смысл всегда говорить об эмоционально-коммуникативной личности [18, с. 69].

Л. Альба-Хуэс и Т. В. Ларина, в свою очередь, уверенно разграничивают понятия *эмоциональная* и *эмотивная коммуникации*. Первый тип общения, по мнению ученых, представляет собой «инстинктивное, спонтанное, незапланированное проявление внутренних эмоциональных состояний». В то же время под эмотивной коммуникацией, как правило, понимают «сознательное проявление эмоций для коммуникативных целей» [1, с. 22-23].

При изучении языковой составляющей эмоций принято разграничивать такие общие понятия, как «чувства», «эмоции», «аффекты», «переживания» и т.д. Так, например, англоязычные исследователи утверждают, что термином *emotions* («эмоции») часто выражаются резкие и сильные реакции на окружающую среду, как правило, в сопровождении каких-либо физиологических изменений. В то же время *feelings* («чувства») отличаются большей стабильностью. При этом в роли обобщающего понятия, включающего в себя весь спектр эмоционально-чувственной стороны человека (*moods* («настроения»), *emotions* («эмоции»), *feelings* («чувства»)), выступает *affect* («аффект») [27, с. 96]. Тем не менее М. Шварц-Фризел отмечает сложность разграничения названных понятий. Он предлагает определять эмоцию как комплексную систему знаний, представленную внутренними чувствованиями и выполняющую главным образом оценочную функцию в организме человека. Под чувствами же ученый понимает осознанно испытываемые эмоции, тем самым относя их к ментальным репрезентациям [22].

Рассуждая о принципиальной невозможности существования коммуникации без эмоционального фактора, В. И. Шаховский напоминает о современной межкультурной интеракции, в ходе которой известные дипломаты, политические деятели и бизнесмены демонстрируют эмоциональное речевое поведение с крайне резкими высказываниями, экспрессивной лексикой и тональностью [18, с. 57]. Анализ же текстов современных отечественных СМИ, проведенный В. И. Шаховским, выявил новые тенденции и изменения, характерные для языка эмоций в настоящее время. В частности, лингвист отмечает, что шкала эмотивных наименований становится все более асимметричной. Автор связывает это явление с «утратой актуальности многих положительных эмоциональных понятий, их низкой востребованностью или полной невостребованностью в речи» [17, с. 122].

Все больший интерес привлекает корреляция эмоциональности и финансово-экономического поведения человека, а также изучение вербализации эмоций в рамках подобного контекста. В связи с этим примечательно наблюдение зарубежных исследователей, которые утверждают, что пациенты с расстройствами эмоций

принимают объективно более удачные решения в области инвестирования, чем страдающие от других психических расстройств и даже здоровые люди [23]. Дж. Маккензи исследует употребление субстантивов *sentiment* ('настроение') и *confidence* ('доверие') в текстах финансовой журналистики на материале онлайн-корпуса финансовых услуг Гонконга, отмечая при этом отрицательную сторону эмоциональности. Примером может служить поведение человека при принятии решений на рынке ценных бумаг, где эмоции могут привести к нерациональности [20, с. 82]. Как видим, **актуальность** настоящей работы обусловлена значимостью языка эмоций в публицистике финансово-экономической направленности в силу специфики современной межкультурной коммуникации, а также необходимостью более тщательного лингвистического анализа англоязычной эмотивной лексики в данном контексте.

Научная **новизна** статьи заключается в проведении системного исследования вербализации эмоций в англоязычных СМИ в области экономики и финансов с использованием авторской классификации наименований эмоций.

Основной **целью** исследования является анализ языковой репрезентации наименований эмоций в текстах англоязычных электронных СМИ в области экономики и финансов. Для достижения поставленной цели решаются следующие **задачи**:

- представить наиболее актуальную с научной точки зрения теоретическую базу по проблематике статьи;
- составить алфавитно-частотный словарь терминов эмоций, использованных в англоязычных публицистических статьях финансово-экономической направленности;
- распределить выявленные наименования эмоций в соответствии с авторской тематической классификацией;
- определить особенности употребления эмотивной лексики в современных англоязычных СМИ в области экономики и финансов.

Объектом исследования является лексика англоязычной экономической публицистики.

Предметом исследования стали структурно-семантические и функциональные свойства номинантов эмоций в текстах газетно-журнальных статей экономической и финансовой направленности, размещенных на официальных веб-сайтах популярных англоязычных СМИ.

В рамках нашего исследования анализу подверглись 14 статей из англоязычных источников (*The Economist* (Экономист) (здесь и далее перевод авторов статьи. – Е. С., Д. В., О. К.), *The Washington Post* (Вашингтон Пост), *The Boston Globe* (Бостон Глоб), *The New York Times* (Нью-Йорк Таймс)) общим объемом более 60 000 печатных знаков.

Составление словаря английских лексем, называющих эмоции в указанных статьях, и его последующий квантитативный анализ выявили 14 языковых единиц, имеющих отношение к эмоциям, которые встречаются в 24 словоупотреблениях (с/у). Отметим отсутствие номинантов эмоций в рассмотренных статьях ресурса *The Washington Post* (Вашингтон Пост). Термины были отобраны на основе секции "Affections" (эмоции, чувства) актуальной редакции Тезауруса Роже (*Roget's Thesaurus of English Words and Phrases*) [21]. В словарь методом сплошной выборки были включены имена существительные и глаголы, а также производные от них прилагательные.

Отметим преобладание глаголов, которые насчитывают шесть лексем в 12 с/у, что подтверждает тезис о большей предрасположенности предикатов для отражения эмоций. По словам Л. Г. Бабенко, это обусловлено неразрывной связью эмоций как с испытывающим их субъектом, так и с вызывающим их объектом. Стилистическое и семантическое богатство данной категории позволяет глаголам описывать чувства под разными углами и в разнообразных оттенках [4, с. 65]. Вторую позицию занимают субстантивы – пять словарных единиц в семи с/у. Количество атрибутивов – четыре (5 с/у). В процессе отбора эмотивной лексики предполагалось и наличие наречий, которые не были выявлены в анализируемых статьях.

Наиболее частотной лексемой, зафиксированной в статьях, оказался глагол *worry* ('беспокоить, беспокоиться') (4 с/у). Согласно авторской тематической классификации, впервые предложенной в работе «Вербализация эмоционального опыта в художественном идиолекте писателя-билингва (на материале романа В. Набокова "Лолита")» [15], данная языковая единица относится к группе «Страх, тревога, нетерпение», которая является наиболее репрезентированной в анализируемых статьях: восемь лексем в 15 с/у. Отметим, что кластер «Страх, тревога, нетерпение» представлен четырьмя существительными (*anxiety* ('боязнь, беспокойство, тревога'), *fear* ('страх') (3 с/у), *panic* ('паника'), *worry* ('беспокойство, волнение')), двумя глаголами (*fear* ('бояться'), *worry* ('беспокоить, беспокоиться') (4 с/у)), а также двумя прилагательными (*anxious* ('беспокойный, тревожный'), *worried* ('взволнованный') (2 с/у)).

Напомним, что по многим классификациям страх принято относить к так называемым базовым, или фундаментальным, эмоциям [6; 7; 9; 10; 12; 16]. В работах исследователя П. В. Симонова страх входит в число эмоций, отражающих дистанционные действия по отношению к объекту [13, с. 49; 14, с. 142]. Исследованию данной эмоции в различных аспектах посвящены и многие современные труды. Так, например, анализ концептуального выражения эмоции страха в чувашском, русском и английском языках представлен в работе Н. В. Кирилловой [8]; концепты «страх» и «печаль» сопоставляются в работе И. А. Волостных [5]; сравнение страха с концептами «удивление», «радость», «стыд», «печаль / горе», «гнев», «презрение / отвращение» с точки зрения вербального выражения в английской и русской языковых картинах мира проводится в диссертации К. О. Погосовой [11]. К исследованию роли абсурда как доминанты структурно-семантического пространства текста в репрезентации концепта «страх» в романах Ф. Кафки обращается А. Ю. Шаюк [19].

Говоря об отношении к страху в англоязычной языковой картине мира, В. Ю. Апресян выделяет следующие подвиды страха:

- общий, нейтральный страх (*to fear, to be afraid* ('бояться'));
- кратковременный биологический страх (*to be scared, to be frightened* ('быть испуганным'));
- сильный страх перед непосредственно угрожающим, масштабным и неизвестным (*terror* ('ужас'));
- сильный страх перед неизбежным и отдаленным во времени (*to dread* ('бояться'));
- рациональный страх (*to be apprehensive* ('опасаться'));
- благоговейный страх перед высшими силами (*to be awed* ('испытывать благоговейный страх'));
- незтичное поведение при страхе (*coward* ('трус')) и др.

При этом для каждого из названных подвидов страха характерны определенные дополнительные семантические компоненты. Так, например, указание на близость опасности и ее масштаб подразумеваются в значении *terror*, осторожное поведение с дистанцированием от опасного объекта символизируется оборотом *to be apprehensive*, а употребляя лексему *coward*, говорящий выражает свою отрицательную оценку субъекта эмоции и его поведения [2, с. 26].

Рассмотрим подробнее ситуации вербализации эмоций данной группы. Обратимся к анализу случаев употребления самой частотной лексемы *worry* ('беспокоить, беспокоиться'), встречающейся в текстах англоязычной экономической публицистики четыре раза. Субстантивные связи *investors worried* (инвесторы беспокоились) и *investors have worried* (инвесторы беспокоились) [24] свидетельствуют о том, что беспокойство в первую очередь испытывают инвесторы. В двух случаях глагол *worry* употребляется в сложноподчиненных предложениях, причины беспокойства описаны в придаточных:

There is good reason to worry that the end of QE in Europe, and its reversal in America, will unsettle financial markets [25]. / Существует веская причина **волноваться** о том, что окончание количественного смягчения в Европе и полный отказ от него в Америке нарушат равновесие на финансовых рынках.

Investors have worried that faster inflation could threaten economic growth and the current bull market [24]. / Инвесторы **беспокоились**, что более быстрая инфляция могла угрожать экономическому росту и текущему состоянию бычьего рынка.

Отметим, что причинами беспокойства являются различные финансово-экономические явления как международного, так и локального характера (*the end of QE* ('окончание количественного смягчения'); *faster inflation* ('более быстрая инфляция')).

В третьем случае глагол *worry* используется автором статьи "*US stocks jump as tech shares rebound*" («Акции США взлетели, технологических компаний – наоборот») для описания ситуации, сложившейся вокруг крупных игроков на фондовом рынке. Примечательно, что в данном случае инвесторы подвержены беспокойству о будущем, или даже вероятно, событии.

Investors worried about the prospect of heavier regulation for companies like Facebook, Twitter, and Alphabet [Ibidem]. / Инвесторы **беспокоились** по поводу перспективы более жесткого регулирования деятельности таких компаний, как Фейсбук, Твиттер, Элфэбем.

В статье "*E.C.B., at Latest Meeting, Highlights Risks from Trade War*" («На последнем заседании ЕЦБ отметил риски торговой войны») рассматриваемой эмоцией наделены европейские компании в свете тарифной политики кабинета Д. Трампа.

They are right to worry [26]. / Правильно, что они **беспокоятся**.

Как видим, в данном случае предикат входит в состав сложного сказуемого с именной частью и инфинитивом *be right to*, тем самым выражена оценка автором статьи описываемой ситуации. Однокоренной ряд представлен субстантивом *worry* ('беспокойство, волнение') и двумя словоупотреблениями атрибутива *worried* ('взволнованный'). Примечательно использование существительного *worry* в рассмотренной выше статье.

Trade is easily the biggest worry for European companies [Ibidem]. / Для европейских компаний торговля с легкостью вызывает наибольшее **беспокойство**.

Англоязычное существительное *worry* определяется прилагательным *big* ('большой') в превосходной степени, что свидетельствует о серьезности проблемы. Отметим, что вновь беспокоятся европейские компании. Атрибутив же *worried* возвращает к эмоциям руководителей США (С. Мнучин – Министр финансов США, Л. Кадлоу – Директор Национального экономического совета США) в отношении последствий торговой войны с Китаем. Обращает на себя внимание факт употребления прилагательного в постпозиции и с примыканием, зависимый компонент выражает причину вызванного состояния.

Mnuchin and Kudlow, meanwhile, have pushed for more dialogue, worried about the potential impact on the economy if the existing standoff worsens [24]. / Мнучин и Кадлоу тем временем призывают к продолжению диалога, **обеспокоенные** потенциальным воздействием на экономику, если существующая конфронтация усугубится.

Вторая ситуация употребления прилагательного описывает беспокойство инвесторов по ряду экономических и внешнеполитических проблем Турции. Атрибутив входит в состав двухкомпонентного именного сказуемого.

That shook investors' confidence, as they grew worried about the bank's independence and Turkey's ability to react to inflation, slowing growth, and its diplomatic spat with the United States [Ibidem]. / Это пошатнуло уверенность инвесторов, так как их **беспокойство** о независимости банка, способности Турции реагировать на инфляцию, замедлении роста и ее дипломатическом конфликте с США возрастало.

Группа наименований эмоций «Страх, тревога, нетерпение» также представлена единичными употреблениями субстантива *anxiety* ('боязнь, беспокойство, тревога') и производного от него атрибутива *anxious* ('беспокойный, тревожный').

*Economies as varied as Argentina, Russia, South Africa and Turkey are facing the maelstrom, but each has its own reasons for falling out of favor, and the turmoil has yet to raise **anxiety** about the world's biggest economies and markets [26]. / Экономик Аргентины, России, ЮАР и Турции столкнулись с водоворотом, но у каждой страны свои причины попасть в немилость, а эта нестабильность еще вызовет **тревогу** по поводу крупнейших мировых экономик и рынков.*

*It is encouraging that a number of Fed governors seem **anxious** about the risk of tightening monetary policy too much [25]. / Вдохновляет тот факт, что некоторые члены Совета управляющих Федеральной резервной системы, кажется, **тревожны** в отношении риска слишком жесткой денежно-кредитной политики.*

Как видим, автор статьи “*Edgy Investors Are Retreating from Risky Economies*” («*Нервные инвесторы отказываются от рискованных экономик*») сравнивает ситуацию на международном инвестиционном рынке с водоворотом, со стихией, вызывающей тревожное состояние даже у развитых и стабильных экономически стран. Стоит обратить внимание на употребление разговорного сокращения слова *federal* («федеральный») в сочетании *Fed governors* («члены Совета управляющих Федеральной резервной системы»), т.е. в отношении высших руководителей в области контроля над банковской деятельностью США. На наш взгляд, подобный неформальный стиль присущ современной онлайн-публицистике и используется с целью налаживания контакта с читателями. Само же прилагательное *anxious* («беспокойный, тревожный») входит в состав характерного для английского языка типа двухкомпонентного сказуемого V + A (*seem anxious* («казаться тревожным»)), где именная часть выражена прилагательным [3, с. 166]. Журналист употребляет субстантив для описания эмоций членов Совета управляющих Федеральной резервной системы, причиной переживаний вновь становится предсказывание, перспектива какого-либо финансово-экономического события, а именно – изменений в денежно-кредитной политике.

Интересен случай употребления устойчивого сочетания терминов из областей эмоций и экономики *financial panic* («финансовая паника»), к которому прибегает автор статьи “*Edgy Investors Are Retreating from Risky Economies*” («*Нервные инвесторы отказываются от рискованных экономик*»).

*A **financial panic** is again gripping some of the world's developing economies [26]. / Финансовая паника вновь захватывает некоторые развивающиеся экономики.*

Как видим, эмоция здесь уподобляется болезни, вирусу, который захватывает не только один организм, но и поражает другие с ослабленным иммунитетом – *developing economies* («развивающиеся экономики»).

Непосредственно страх репрезентирован в англоязычных текстах экономической публицистики тремя словоупотреблениями существительного *fear* («страх») и единичным случаем использования глагола *fear* («бояться»).

*Central bankers have managed to train the general public to expect low inflation, meaning that, for now at least, any **fears** of spiraling prices seem unjustified [25]. / Представители Центрального банка смогли приучить обычный народ к ожиданию низкой инфляции, т.е. хотя бы на сегодняшний день любые **страхи** по поводу постепенно повышающихся цен кажутся неоправданными.*

*The administration remains split between trade hard-liners and officials who are more sensitive to corporations' **fears** of lost sales and disrupted supply chains [24]. / В администрации остаются противоречия между сторонниками жесткой политики в отношении торговли и чиновниками, более чуткими к **страхам** корпораций по поводу потерь продаж и разорванных цепей поставок.*

*When President Trump first provoked a trade war, the **fear** in Europe was that the biggest impact would be psychological [26]. / Когда президент Трамп впервые спровоцировал торговую войну, в Европе **страх** заключался в том, что наибольшее воздействие будет психологическим.*

*Some have called for faster action, **fearing** a repeat of the 1970s, during which inflation, and inflation expectations, rose in a mutually reinforcing spiral [25]. / Некоторые призывали к более быстрому принятию мер, **боясь** повторения 1970-х, когда инфляция, как и ожидания инфляции, возросли по спирали взаимодополняющего характера.*

Примечательны два случая употребления субстантива во множественном числе, что свидетельствует о большом количестве страхов. Примеры показывают, что причины данной эмоции разнообразны. Боятся и постепенного повышения цен, и потерь продаж, и разрыва цепей поставок, и негативных психологических последствий торговой войны, а также повторения определенных отрицательных событий в экономике.

Вторую позицию с точки зрения количественного состава лексической репрезентации эмоций поделили между собой группы «Страдание, раскаяние, смущение, стыд» (*suffer* («страдать») (3 c/y), *pain* («боль, горе»)) и «Восторг, радость, веселье, довольство, умиротворение» (*cheerful* («веселый»), *enjoy* («наслаждаться») (2 c/y)), представленные двумя лексемами каждая.

*Markets **are suffering** from a nasty bout of millenarianism [Ibidem]. / Рынки **страдают** от тяжелого приступа миллениаризма.*

*The share price **suffered** [Ibidem]. / Пострадала цена акции.*

*It could be that the countries being battered may simply **suffer** from unique vulnerabilities to market pressure [26]. / Вероятно, «избитые» страны могут просто **пострадать** от исключительной восприимчивости к рыночному давлению.*

*Such a severe downturn would certainly prompt the European Central Bank to reverse course, but it would not be able to prevent substantial **pain** [Ibidem]. / Такой серьезный спад, безусловно, мог бы заставить Европейский центральный банк сменить курс, но предотвратить существенную **боль** не получилось бы.*

Как видим, страданию подвержены рынки и цена акции, а также страны. Причинами этого чувства являются определенные убеждения и неспособность противостоять внешним политико-экономическим факторам.

Интересен случай употребления субстантива *pain* ('боль, горе') в сочетании с конкретизирующим его атрибутивом *substantial* ('существенный'), тем самым автор статьи обращается к судебной-медицинской терминологии.

Лексемы *cheerful* ('веселый') и *enjoy* ('наслаждаться') используются зарубежными журналистами в первую очередь для описания положительных этапов развития экономик конкретных стран, которые уподобляются человеку, способному испытывать эмоции, или же для повышения уровня позитивного настроения у читателей.

Its economy has enjoyed a long expansion [25]. / Ее экономика **наслаждалась** продолжительным ростом.

The Turkish economy enjoyed a ripping run over the much of the last decade [26]. / Экономика Турции **наслаждалась** потрясающими показателями большую часть последнего десятилетия.

Contrary to popular wisdom, there are reasons to be cheerful [25]. / В отличие от народной мудрости, причины быть **веселым** есть.

Нами было выявлено по одной лексеме в единичном словоупотреблении, которые были использованы авторами англоязычных статей для вербализации эмоций групп «Отчаяние, печаль, уныние» (*dismal* ('мрачный, унылый')) и «Злоба, гнев, рассерженность» (*hate* ('ненавидеть')).

Some economists think policymakers have been too quick to conclude that dismal growth after the financial crisis indicates a new normal [Ibidem]. / Некоторые экономисты думают, что политики сделали слишком поспешные выводы о том, что **унылый** рост после финансового кризиса символизирует новую норму.

Mr. Trump seems to thrive on keeping people guessing, but businesses hate uncertainty [26]. / Господин Трамп, кажется, умеет поддерживать народ в неведении, но бизнесы **ненавидят** неопределенность.

Любопытен факт использования прилагательного *dismal* ('мрачный, унылый') в целях конкретизации экономического роста в США: с одной стороны, динамика положительная, с другой – ряд показателей вынуждают обращаться к подобному эпитету. Ненавистью наделены бизнесы во множественном числе, что свидетельствует об общеизвестном факте, по мнению автора, и применимости суждения к любому предприятию.

Лексической репрезентации в анализируемых статьях англоязычных СМИ в области экономики и финансов не получили группы «Общие обозначения», «Любовь, нежность, расположение, привязанность, благодарность», «Сочувствие, жалость», «Обида, досада, недовольство» и «Отвращение, презрение, зависть, неприязнь».

Таким образом, изучение современной научной литературы по лингвистике эмоций и последующий анализ позволяют сделать вывод об активном использовании лексики, номинирующей эмоции, в англоязычных электронных СМИ в области экономики и финансов. При этом наблюдается явное преобладание так называемых отрицательных эмоций и по количественному, и по качественному составу, о чем свидетельствуют алфавитно-частотный словник наименований эмоций и адаптация полученного языкового материала под авторскую тематическую классификацию. Так, группы «Страх, тревога, нетерпение» и «Страдание, раскаяние, смущение, стыд» стали наиболее вербализованными в анализируемых статьях. Разнообразны и синтагматические связи языковых единиц, репрезентирующих эмоции данных кластеров, которыми часто наделены не только одушевленные личности (инвесторы, политики, чиновники), но и компании, страны и их экономики, рынки и даже цена акции. Причинами, вызывающими определенные внутренние состояния, также являются понятия из мира экономики и финансов. Эмоции уподобляются болезни, входят в состав узконаправленной финансовой и судебной-медицинской терминологии.

Список источников

1. Альба-Хуэс Л., Ларина Т. В. Язык и эмоции: дискурсивно-прагматический подход // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 9-37.
2. Апресян В. Ю. Опыт кластерного анализа: русские и английские эмоциональные концепты // Вопросы языкознания. 2011. № 1. С. 19-51.
3. Аракин В. Д. Сравнительная типология английского и русского языков: учеб. пособие. Изд-е 3-е. М.: Физматлит, 2005. 232 с.
4. Бабенко Л. Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1989. 184 с.
5. Волостных И. А. Эмоциональные концепты «страх» и «печаль» в русской и французской языковых картинах мира (лингвокультурологический аспект): автореф. дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2007. 13 с.
6. Джемс У. Что такое эмоция? // Психология эмоций. Тексты / под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. М.: Изд-во Московского ун-та, 1984. С. 93-102.
7. Изард К. Эмоции человека. М.: Изд-во МГУ, 1980. 439 с.
8. Кириллова Н. В. Концептуализация эмоции страха в разноструктурных языках: на материале русского, английского и чувашского языков: дисс. ... к. филол. н. Чебоксары, 2007. 213 с.
9. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции // Психология эмоций. Тексты / под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. М.: Изд-во Московского ун-та, 1984. С. 162-171.
10. Мягкова Е. Ю. Эмоционально-чувственный компонент значения слова. Курск: Изд-во КГПУ, 2000. 110 с.
11. Погосова К. О. Концепты эмоций в русской и английской языковых картинах мира: автореф. дисс. ... к. филол. н. Владикавказ, 2007. 24 с.
12. Романов Д. А. Эмоции в системе языковых репрезентаций: монография. Белгород: Изд-во Белгородского гос. ун-та, 2004. 316 с.
13. Симонов П. В. Потребностно-информационная теория эмоций // Вопросы психологии. 1982. № 6. С. 44-56.
14. Симонов П. В. Эмоциональный мозг. М.: Наука, 1981. 216 с.
15. Смахтин Е. С. Вербализация эмоционального опыта в художественном идиолекте писателя-билингва (на материале романа В. Набокова «Лолита»): дисс. ... к. филол. н. Курск, 2012. 230 с.

16. Харченко В. К., Хорошко Е. Ю. Язык и жанр русского романа: монография. М.: Литературный ин-т им. А. М. Горького, 2005. 167 с.
17. Шаховский В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград, 2016. 504 с.
18. Шаховский В. И. Когнитивная матрица эмоционально-коммуникативной личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 54-79.
19. Шаюк А. Ю. Абсурд как доминанта структурно-семантического пространства текста в репрезентации концепта «страх» / “Angst” (на материале романов Ф. Кафки) // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. 2008. № 2 (10). С. 108-118.
20. Mackenzie J. Lachlan. Sentiment and Confidence in Financial English: A Corpus Study // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 80-93.
21. Roget's Thesaurus of English Words and Phrases. N. Y.: Thomas Y. Crowell, 2016. 652 p.
22. Schwarz-Friesel M. Language and emotion. The cognitive linguistic perspective // Emotion in Language. Theory – Research – Application / ed. by U. M. Ludtke. Amsterdam: John Benjamins, 2015. P. 157-173.
23. Shiv B. et al. Investment behavior and the negative side of emotion // Psychological Science. 2005. № 16 (6). P. 435-439. DOI: 10.1111/j.0956-7976.2005.01553.x.
24. The Boston Globe [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bostonglobe.com> (дата обращения: 10.12.2018).
25. The Economist [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economist.com> (дата обращения: 10.12.2018).
26. The New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 10.12.2018).
27. Yus F. Attaching Feelings and Emotions to Propositions. Some Insights on Irony and Internet Communication // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 94-107.

**LANGUAGE REPRESENTATION OF EMOTION NAMES
IN THE ENGLISH-LANGUAGE ELECTRONIC MEDIA IN THE FIELD OF ECONOMICS AND FINANCE**

Smakhtin Evgenii Sergeevich, Ph. D. in Philology
Vas'bieva Dinara Giniyatullova, Ph. D. in Economics, Associate Professor
Kalugina Olga Anatol'evna
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow
ESSmakhtin@fa.ru; dgvasbieva@fa.ru; oakalugina@fa.ru

The article discusses the features of the language representation of emotions in the texts of the online versions of the English-language magazines and newspapers of financial and economic orientation. The language material obtained by the continuous sampling method is categorized and analysed in accordance with the authors' classification of emotion names. The main attention is paid to the study of the syntagmatic relations of emotive vocabulary, the functional and stylistic orientation of the words that call emotions, as well as the correlation of emotion names with terminology from the field of economics and finance.

Key words and phrases: verbalization of emotions; language representation of emotions; English-language publicism of economic orientation; emotive vocabulary; emotion names.

УДК 81-11

Дата поступления рукописи: 20.01.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.68>

В статье рассматриваются основные научные труды в области филологической имагологии в Китае. Выявляются предпосылки возникновения и специфика филологической имагологии в этой стране; решается также задача выделения основных направлений имагологических исследований. Получены выводы о том, что филологическая имагология в Китае изначально была ориентирована на западные работы, что большее внимание в ней уделяется изучению образа своей страны за рубежом. Такие изыскания имеют практическую направленность: они осуществляются с целью дальнейшего поиска путей и способов улучшения имиджа Китая.

Ключевые слова и фразы: имагология; филологическая имагология; Китай; образ страны; образ Китая; образ «другого».

Сун Дандань

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск
song0301@mail.ru, songdan0301@yahoo.com

ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ ИМАГОЛОГИЯ В КИТАЕ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ОБЗОР

В развитии человеческой истории люди никогда не придавали такого большого значения образам, как в настоящее время: каждый политик думает о своем образе в глазах других людей; предприятия работают над корпоративным образом, влияющим на их успешность; правительство обращает внимание на образы своей и чужой страны. На стыке различных гуманитарных дисциплин возникает и развивается новое направление научных исследований, которое называется *имагологией* (от лат. *imago* – «изображение, образ, отражение») [3-6; 58]. **Актуальность** имагологических исследований в филологии обусловлена современной геополитической ситуацией, для которой характерно информационно-психологическое противоборство стран, а также важностью изучения их образов для поиска путей и способов оптимизации отношений между ними. Учеными признается важная роль языка в формировании образа страны, однако собственно филологические