

УДК 811.111'26

## ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ЕКСПРЕСІВІВ НЕГАТИВНОЇ ЕМОЦІЙНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ

**Богданова О.В., викладач**  
кафедри філології перекладу та мовної комунікації  
*Харківська національна академія*  
*Національної гвардії України*

**Ященко Е.О., викладач**  
кафедри філології перекладу та мовної комунікації  
*Харківська національна академія*  
*Національної гвардії України*

Стаття присвячена засобам відтворення експресивів негативної емоційності в англійськомовних текстах. Розкрито питання стосовно експресивів негативної емоційності. Визначено особливості перекладу художнього тексту й застосування експресивності в англійськомовних рекламних текстах.

**Ключові слова:** експресив, емоційність, художній текст, реклама.

Статья посвящена средствам воспроизведения экспрессивов негативной эмоциональности в английских текстах. Раскрыты вопросы относительно экспрессивов негативной эмоциональности. Определены особенности перевода художественного текста и применения экспрессивности в английских рекламных текстах.

**Ключевые слова:** экспрессив, эмоциональность, художественный текст, реклама.

### **Bogdanova O.V., Yashchenko E.O. MEANS OF REPRODUCTION OF EXPRESSIVES OF NEGATIVE EMOTION IN ENGLISH TEXTS**

The article is devoted to means of reproduction of expressions of negative emotionality in English texts. The paper deals with the issues of expressive negative emotions. The features of the translation of the artistic text and the use of expressiveness in English-language advertising texts are determined.

**Key words:** expressive, emotional, artistic text, advertising.

**Постановка проблеми.** Мова, яка є головним інструментом людського спілкування, не тільки забезпечує інформаційний обмін мовців, а й відображає їх емоційний стан в акті комунікації. Для досягнення цієї мети в мові вироблений особливий код: різні види емотивного змісту передаються спеціально пристосованими для цього знаками.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Засоби створення експресивності на різних рівнях використовуються з метою вираження емоційного стану мовця, посилення прагматичного потенціалу тексту, залучення й утримання уваги читача. Зараз до проблеми експресивності звертаються багато як вітчизняних, так і закордонних лінгвістів: І.В. Арнольд [1], В.Н. Комісаров [4], В.А. Маслова [7] та ін.

Актуальність теми пов'язана з розгляданням питання про негативні емоції, які недостатньо вивчені в художніх текстах. Зараз до проблеми експресивності звертаються багато науковців. Однак багато аспектів цієї проблеми не отримали належного висвітлення, не були вироблені чіткі поняття й тер-

міни, що дають змогу описати експресивну лексику та однозначно розмежувати лексику експресивну й властиво номінативні (нейтральні) одиниці.

**Постановка завдання.** Мета роботи полягає у виявленні негативних емоцій у художніх текстах і текстах англійськомовної реклами. Мета роботи визначила необхідність розв'язання конкретних завдань:

- визначити експресивність як категорію лінгвістики;
- виявити вербальні основи вираження негативної емоційності;
- розглянути прагматично-семантичні різновиди експресивів негативної емоційності;
- виявити особливості перекладу художнього тексту;
- установити застосування експресивності в англійськомовних рекламних текстах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Експресивність – категорія лінгвістики, яка охоплює гомогенні й гетерогенні зв'язки формальних, семантичних, функціональних і категоріальних одиниць. Відо-



бражає й виражає свідоме, цілеспрямоване, суб'єктивне, емоційне ставлення мовця до співрозмовника або предмета, а також володіє функцією впливу. Експресивність слугує для підкреслення та посилення емоцій в процесі спілкування. Експресія (лат. *expression* – вираження) – 1) сила вираження, вияву яких-небудь почуттів, переживань; 2) підкреслене виявлення почуттів, переживань; виразність; 3) інтенсивна виразність тексту, що створюється фонетичними, лексичними, граматичними, стилістичними засобами мови [2, с. 33]. Експресія, на думку вченої В.А. Маслової, – це якість мовлення, що притаманна більшою мірою текстам художнього стилю [7, с. 187]. Експресія тлумачиться як «виражально-зображувальна якість мовлення, що відрізняє його від звичайного» [5, с. 140]; «виразність, сила прояву почуттів, переживань» [4, с. 55]. Експресивність визначається як «якість мовлення, що є виразно-зображувальною» [3, с. 22]; піднесена виразність, така соціально й психологічно мотивована властивість мовного знака, яка деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення, викликає почуттєву напругу слухача. У роботі виявляються лексичні носії в рекламних текстах. Особлива увага приділяється використанню експресивності в рекламних текстах.

Мова, будучи головним інструментом людського спілкування, не тільки забезпечує інформаційний обмін мовців, а й відображає їх емоційний стан в акті комунікації. Для досягнення цієї мети в мові вироблений особливий код: різні види емотивного змісту передаються спеціально пристосованими для цього знаками. До середини 1970-х років проблема мовної концептуалізації, так само як і вербалізації емоцій, не привертала увагу мовознавців. Але з того часу, як почали зароджуватися основи нової лінгвістичної парадигми – гуманістичної, в центрі якої є людина як носій і користувач мови та її психологія, лінгвісти не могли обминути сферу емоцій. Зараз дослідження проблеми «мова й емоції» є одним із основних пріоритетних напрямів сучасного вітчизняного мовознавства.

Існує два способи вираження емоцій: вербальний (за допомогою мовних засобів) і невербальний (міміка, жести, пантоміміка тощо).

Емотивність властива всім мовним рівням: фонетичному, морфологічному, лексичному й синтаксичному. Кожен із них має свою систему засобів вираження. На фонетичному

рівні дослідники висловлюють припущення про існування зв'язку між входженням певного звуку до складу слова та значенням цього слова. За їхнім твердженням, звук може викликати у свідомості мовців певне значення, тобто заміщати собою предмет чи дію, стаючи їх символом. А оскільки явища реального світу оцінюються отримувачем, то його оцінки переносяться й на звуки, що супроводжують ці явища. Так виникають символічні значення звуків загалом, які поширюються на звуки мовлення. При цьому певні звуки здатні викликати відповідне коло асоціацій. Явище звукосимволізму привертає увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних лінгвістів. На підставі численних експериментів доведено, що звуки мають певний зміст і певне значення. На сучасному етапі можна стверджувати, що фонемі несуть головним чином інформацію сенсорно-емотивного характеру. Наприклад, звукосполучення [sl] передає неприємні асоціації: *slime, slither, slug, sloppy* тощо. Негативні почуття викликає також звукосполучення [kr]: *crash, crack, crunch* тощо.

Перерваність, повтори, незакінченість синтаксичних конструкцій характерні для високої концентрації емоцій. Хоча й неможливо виділити набір синтаксичних структур, що використовуються для вираження певної емоції, все ж можна простежити деякі закономірності. Наприклад, для вираження подиву характерні питальні, питально-заперечні структури, повтори, перервані та незакінчені речення: “*Arthur Linner? But – he was – he was Heather Linner’s husband. Aren’t you perhaps making a little mistake?*” [16, с. 88]. “*Артур Ліннер? Але ж він був... він був чоловіком Хедер Ліннер. Ти часом не помиляєшся?*” Окличні речення та дезорганізація структури часто вживаються для передачі негативних почуттів: *Clive (With a wild, hopeless grief). Mother! Oh, it goes on and on. No meeting. Never. Клів (у безнадійному сумі). Мамо! Це продовжується і продовжується. Ніяких зустрічей. Ніколи... (To Loise. Desperately).*

Прагмасемантика, або «сильна семантика» [6, с. 51], вивчає семантичні закони функціонування дискурсу; це семантика, орієнтована прагматично, тобто зачіпає ділянки мовця (автора), слухача (читача) і соціальний контекст, у якому відбувається акт «споживання» дискурсу (мовна культура). Основним питанням прагмасемантики художнього дискурсу є такий: як формуються й функціонують значення художнього висловлювання,

що є рушійною силою функціонування дискурсу як художній.

Питанням прагмасемантики художнього дискурсу є такий: як формуються й функціонують значення художнього висловлювання, що є рушійною силою функціонування дискурсу як художній.

Отже, прагмасемантичні різновиди й підтипи мовного акту експресивів негативної емоційності виділяємо за принципом психологічних станів і ступенем їх інтенсивності:

1. Експресив гніву (який має підтипи: обурення, роздратування, злість, ненависть, лють, сказ).

2. Експресив неприємного подиву (з підтипами: нерозуміння, здивування).

3. Експресив суму (підтипи: смуток, нудьга, страждання, горе).

4. Експресив сорому (підтип: зніяковілість).

Художній стиль, мабуть, найбільш повно описаний із функціональних стилів. Разом із тим навряд чи із цього можна зробити висновок, що він найбільш вивчений. Це пояснюється тим, що художній стиль – самий рухливий, творчо розвивається з усіх стилів. Художній стиль не знає ніяких перепон на шляху свого руху до нового, раніше невідомого. Більше того, новизна й незвичність вираження стає умовою успішної комунікації в рамках цього функціонального стилю.

Особливі труднощі виникають, коли мови оригіналу та перекладу належать до різних культур. Наприклад, твори арабських авторів рясніють цитатами з Корану й натяками на його сюжети. Арабський читач розпізнає їх також легко, як освічений європеєць посилення на Біблію або античним міфам. У перекладі ж ці цитати залишаються для європейського читача незрозумілими.

Говорячи про репрезентативності перекладу художнього тексту, треба зауважити, що кількість її критеріїв тут помітно зростає. Перекладач повинен задовольнити більшій кількості вимог, щоб створити текст, максимально повно представляє оригінал в іншомовній культурі. Серед таких критеріїв, звичайно, варто назвати збереження по можливості великої кількості троп і фігур мови як важливий складник художньої стилістики того чи іншого твору. Переклад повинен сигналізувати про епоху створення оригіналу [4, с. 215].

Однак останніми роками дослідники все частіше говорять про зміни, що відбуваються в сучасній мові, що супроводжуються змі-

щенням співвідношення письмової та усної форм існування мови, зниженням мовної культури й розхитуванням літературної норми. Найбільш наочно ці тенденції виявляються в засобах масової інформації. Навмисні відступи від норми, відхилення від стереотипів у використанні мовних одиниць сприяють посиленню експресивності висловлювань. Засоби створення експресивності на різних рівнях використовуються з метою вираження емоційного стану мовця, посилення прагматичного потенціалу тексту, залучення й утримання уваги читача. Розгляд видів і функцій експресивності. Зараз до проблеми експресивності звертаються багато як вітчизняних, так і закордонних лінгвістів: В.А. Маслова, В.А. Чабаненко, Б.М. Тошовіч.

Б.І. Тошовіч виділяє три види лексичної експресивності:

1) експресивність, створювана окремими лексичними категоріями: синонімічна, антонімічна, паронімічна;

2) експресивність, що виникає в лексико-семантичних групах;

3) експресивність, породжувана лексичними пластами певних видів інтровертної диференціації мови. Основний результат таких перетворень – досягнення комічного, сатиричного або іронічного звучання.

Яскраву експресивність створюють індивідуальні трансформації фразеологізмів.

В.А. Чабаненко виділяє такі види експресивності:

1) словотворча експресивність. Створюється словотворчими засобами –префікси, суфікси тощо);

2) граматична експресивність. Представлена досить широко через різноманіття граматичних засобів;

3) морфемна експресивність. Утворюється за допомогою окремих морфем, передусім закінчень;

4) транспозиційна експресивність. Виникає шляхом заміни однієї форми на іншу;

5) тавтологічна експресивність. Викликає подвоєння, повторення прийменника;

6) синонімічна експресивність. Створюється граматичними синонімами;

7) функціонально-граматична експресивність. Виникає завдяки граматичним формам у нетипових синтаксичних позиціях;

8) семантико-граматична експресивність. Створюється експресивними значеннями граматичних форм.

В.А. Маслова виокремлює такі види експресивності:



1. Фразеологічна експресивність породжується фразеологічними одиницями з особливим уживанням, а саме коли відбувається трансформація фразеологізмів. «Деформація ідіом є фігура мовлення, яка полягає в руйнуванні семантичної монолітності фразеологічного зрощення, у пожвавленні складових її слів як самостійних одиниць».

2. Синтаксична експресивність створюється завдяки синтаксичним формам, серед яких особливе місце посідають стилістичні фігури, емоційні конструкції, еліптичні речення тощо. Останнім часом розвинулося особливий граматико-стилістичний напрям – експресивний синтаксис.

3. Рівнева експресивність – форма суб'єктивного, емоційного та естетичного ставлення, реалізованого засобами окремих мовних рівнів – графічного, фонетико-фонологічного, лексичного, фразеологічного, словотворчого, граматичного й текстуального.

4. При графічній експресивності ми говоримо про використання графем і їх особливої комбінації, наприклад, розділові знаки. Також самі літери можуть створювати експресію завдяки своїй формі, розміру, кольору тощо.

Розглянемо прояв негативних емоцій в англійському рекламному тексті.

1. *Alcohol Commercial Suddenly Turns Anti Drinking.*

*For 60 generations "The House of Taman" has created an exceptionally smooth. Experience. It comes from carefully selected ingredients in appearance spring water. "Taman" smoothness in a bottle. As the more and smoothness? In Sweden, for example, one of 5 children suffered because of his mum or dad drinks so much. 8 of 10 art violence in public place pub alcohol related. And more than 3 hundred and 20 thousand Swedes had inducted to alcohol – NO! How smooth?*

Реклама проти алкоголю.

Уже протягом 60 поколінь "The House of Taman" створює ексцентричний присмак. Досвід. Він складається з ретельно відібраних інгредієнтів, використовує джерельну воду. "Taman" – солодкий присмак у пляшці. Наприклад, у Швеції один із 5 дітей страждає через те, що його мати або батько забагато п'є. 8 із 10 актів насильства в громадських місцях пов'язані з алкоголем. І більше ніж 3200 шведів ведуть себе непристойно під впливом алкоголю. Солодко п'ється?

Цей ролик ми зараховуємо до синтаксичної експресивності через емоційні конструкції – окличні речення). У ролик ми бачимо

бар, де відпочивають люди. Спосіб їхнього відпочинку – розпивання алкогольних напоїв. Нашу увагу привертає дівчинка, яка страждає через те, що її мати веде розгульний спосіб життя. Диктор виражає своє негативне ставлення до алкоголю, передає своє ставлення глядачам через заперечне слово – «NO!», чим акцентує нашу увагу на дівчинці, у якій батьки п'янчуги.

2. *Anti-Drinking Commercial – Consequence).*

*There is always a consequence. Make the right choice!*

Цей ролик ми зараховуємо до графічної експресивності через емоційні конструкції – окличні речення).

У цьому ролику чоловік сидить із пляшкою алкогольного напою, згадуючи минуле. Коли він п'яним сів за кермо та потрапив у ДТП, у якому постраждала його дівчина.

У кінці ролику чоловік відсуває пляшку, тому що він уже розуміє наслідки зловживання алкоголю

У ролик експресія передається через саlogan – *Make the right choice!*

3. *Drinking and Driving AD.*

*When? When you stop drinking and driving? After warning? You, friend give a dirty look. You wanna wait you a cop with warning. Oh! It can be when you release finely with your loose of your job. You have to ran to stop signing. When will you stop drinking and driving?*

Їхати за кермом на підпитку.

Коли? Коли ти припиниш сидати п'яним за кермо? Після попередження? Ти, подаєш поганий приклад. Ти хочеш, щоб тебе зупинив коп із попередженням? Ох! І через це ти можеш втратити свою роботу. Тобі слід обійтися без попереджень. Коли ти припиниш пити за кермом?

Цей ролик ми зараховуємо до окличної синтаксичної експресивності. Тут експресія передається через повторення слова <<WHEN>>. Чоловік із жінкою їдуть в авто. Чоловік напідпитку, через що жінка свариться з ним.

У ролик жінка використовує слово <<WHEN>>. Цим вона показує, що в неї вже уривається терпець, що її чоловік сів за кермо в нетверезому стані. Таким чином жінка виражає негативні емоції. Завдяки цьому повторенню передається емоційність моменту.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, у ході дослідження визначено поняття експресивності. Експресивність визначається як «якість мовлення, що є виразно-зображувальною, піднесена виразність, така соціально й психологічно мотивована властивість





мовного знака, яка автоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення, викликає почуттєве напруження слухача.

---

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Арнольд І.В. Емоційний, експресивний, оціночний та функціонально стилістичний компоненти лексичного значення. Лекції Герцена: іноземні мови. Київ, 1970. С. 18–27.
2. Ваулина О.В. О некоторых языковых особенностях выражения эмоций в речи. Актуальні проблеми вивчення мови та мовлення, міжособової та міжкуль-  
турної комунікації: міжвуз. зб. наук. праць. Харків, 1996. 33 с.
3. Голощук С.Л. Реалізація невербальних засобів спілкування у спонукальному дискурсі. Вісник СумДУ. Серія «Філологія». 2007. № 1. Том 2. С. 19–24.
4. Комиссаров В.Н. Слово о переводе. Москва: Арис-пресс, 1973. 215 с.
5. Лзару Е. Эмоции человека. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1980. 440 с.
6. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва: ИТДГК: Гнозис, 2003. 280 с.
7. Маслова В.А. Некоторые аспекты эмотивности текста. Язык и эмоции: сб. науч. тр. В.: Перемена, 1995. С. 184–191.