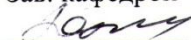


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводоведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ


Зав. кафедрой

 Т. Ю. Ма
« 19 » 06 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА


на тему: Лексические эмотивы в материалах сайта CNN (2011-2023 гг.)

Исполнитель
студент группы 935-об

 12.06.2023
подпись, дата

Н. А. Сю-фу

Руководитель
зав. кафедрой, д-р филол. наук

 16.06.23 Т. Ю. Ма
подпись, дата

Нормоконтроль
зав. кафедрой

 16.06.23 Т. Ю. Ма
подпись, дата

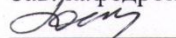
Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой


_____ И.О. Фамилия
« 1 » _____ 2023 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Сю-фу Никита Алексеевич

1. Тема курсовой работы: Лексические эмотивы в материалах сайта CNN (2011-2023гг.)

(утверждено приказом от 23.05.2023 № 1245-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы 19 июня 2023

3. Исходные данные к курсовой работе: эмотиология (лингвистика эмоций), виды эмоций, классификация эмоций

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): основные подходы к изучению эмоций в лингвистике, виды эмотивной лексики, классификация эмоций, способы и средства описания эмоций, эмотивы в в материалах СМИ

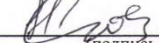
5. Перечень материалов приложения: Приложение 1

6. Дата выдачи задания 1 сентября 2022

Руководитель выпускной квалификационной работы:

Ма Татьяна Юрьевна зав. кафедрой, д-р филол. наук

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 1 сентября 2022 
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 61 с., 6 таблиц, 2 приложения, 53 источника.

ЭМОЦИИ, ЭМОТИВЫ, ЭМОТИОЛОГИЯ, ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ

В данной работе был проведен анализ эмоций с точки зрения их изучения в лингвистике, а также были изучены результаты такого рода исследований в русском и английском языках.

Целью работы является изучение проблемы отражения эмоций в языке и анализ лексики, обозначающей эмоции, которая встречается в публикациях одного из ведущих мировых новостных ресурсов – сайта CNN, в 2011-2023 годами.

Основу методологии исследований составляют метод описания, метод обобщения и систематизации, методы сплошной и частичной выборки, метод количественных подсчетов, контекстуальный анализ, интерпретационный метод, анализ словарных дефиниций, анализ и синтез информации.

На основании данных методов были выявлены и описаны лексические единицы, обозначающие эмоции, в статьях новостного портала CNN, а также выявлены наиболее частотные эмотивы в публикациях 2011-2023 годов, в том числе, в рубрике «Business».

Работа состоит из двух глав. Первая глава посвящена эмотиологии, в ней были изучены лингвистические работы, были проанализированы взгляды исследователей на феномен эмоций и различные подходы к их изучению. Во второй главе была проведена исследовательская работа и были представлены результаты исследований базовых эмотивов английского языка. Также в ходе углубленной исследовательской работы на примере материалов рубрики «Business» новостного портала CNN была определена частотность использования некоторых эмотивов и смысл, который они передают в деловой сфере.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Эмоции как объект исследования в лингвистике	7
1.1 Лингвистика эмоций как наука	7
1.2 Современные исследования эмоций в языке	11
2 Эмотивы в новостных статьях <i>CNN</i>	20
2.1 Общий анализ эмотивов, использованных в текстах статей	20
2.2 Анализ эмотивов «fear», «interest», «surprise»	27
2.3 Сравнительный анализ эмотивов «interest», «fear» и «surprise» в статьях 2012, 2017 и 2022 годов	30
2.4 Эмотивы в материалах рубрики «BUSINESS»	33
Заключение	43
Библиографический список	46
Приложение	51

ВВЕДЕНИЕ

Язык – это важнейшее средство коммуникации между людьми во всем мире. Лингвисты и языковеды занимаются изучением различных языков и языковых явлений на протяжении многих веков, объясняют их зависимость от исторических событий на различных этапах развития человечества и анализируют изменения и тенденции в их трансформации. В последние несколько веков наука становится все более антропоцентричной, то есть становится все более ориентированной на человека, его опыт и восприятие мира. В связи с этим в языкознании и лингвистике оформился особый феномен – ученые стали подробно изучать отражение эмоций в языке.

Именно поэтому изучение того, каким образом эмоции отражаются в нашей речи и того, как лексические эмотивы применяются в статьях СМИ, является **актуальной** проблемой современной лингвистики эмоций.

Новизна работы. В работе представлены результаты анализа лексики, обозначающей эмоции, которая встречается в материалах сайта CNN, датированных 2011-2023 годами. Полученные данные свидетельствуют о преобладании определенных эмотивов в рубриках сайта, которые влияют на восприятие и оценку информационного сообщения потребителем текста СМИ.

Цель выпускной квалификационной работы – анализ лексики, обозначающей эмоции, которая встречается в публикациях одного из ведущих мировых новостных ресурсов – сайта CNN, в 2011-2023 годами.

Задачи:

- 1) описать историю становления эмотиологии как науки, изучить ее ключевые термины и понятия;
- 2) рассмотреть современные подходы к изучению эмотивов в лингвистике эмоций;
- 3) выявить и описать лексические единицы, обозначающие эмоции, в статьях новостного портала CNN;
- 4) выявить наиболее частотные эмотивы в публикациях 2011-2023

годов, в том числе, в рубрике «Business»;

5) обобщить и систематизировать научные данные.

Объектом исследования является лексика эмоций.

Предметом исследования являются эмотивы, обозначающие эмоции, которые встречаются в материалах сайта CNN.

Научная гипотеза исследования. Употребление определенных эмотивов в текстах масс-медиа влияет на восприятие и оценку читателем информации, которую предоставляют СМИ, и позволяет прогнозировать его ответную реакцию на сообщение.

Теоретическая значимость данной работы заключается в обобщении и систематизации результатов научных исследований, посвященных вопросу отражения эмоций в языке.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в курсах теории и практики межкультурной коммуникации, практическом курсе перевода, курсе общественно-политического перевода.

Методы исследования: метод описания, метод обобщения и систематизации, метод автоматизированного поиска по ключевым словам, методы сплошной и частичной выборки, метод количественных подсчетов, контекстуальный анализ, интерпретационный метод, анализ словарных дефиниций, анализ и синтез информации.

Теоретической базой работы послужили труды Л.Г. Бабенко, Е.М. Галкиной-Федорук, Н.А. Красавского, О.Е. Филимоновой, В.И. Шаховского, С.В. Ионовой и других авторов.

Материалом для исследования послужили статьи, опубликованные на сайте CNN с 2011 по 2033 год. Общий объем материала составил 53 статьи.

Структура работы. Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

1 ЭМОЦИИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛИНГВИСТИКЕ

Абсолютно всё, с чем в своей жизни имеет дело человек, сопровождается не только теми или иными реакциями и чувствами, но также эмоциями с его стороны. Чувства – это психические состояния, имеющие четко выраженный предметный характер, отражающие устойчивое отношение к каким-либо конкретным объектам. Эмоции – это субъективные переживания человека, его реакция на воздействие внешних и внутренних раздражителей, его отношения к предметам, явлениям, событиям, другим людям. В узком понимании слова эмоции – это непосредственное, недолговременное переживание какого-либо чувства. Поэтому, в сравнении с чувствами, особую роль играет в разграничении этих понятий временной фактор.

Эмоции носят многогранный характер. В связи с этим, указывают ученые, они выполняют ряд функций: сигнальную, регулятивную, коммуникативную, защитную, когнитивную и др. Сигнальная функция эмоций выражается в проявлении человеком движений (мимики, жестов, пантомимики), которые выполняют функцию сигналов о том, в каком состоянии находится система его потребностей. Регулятивная функция эмоций отражается в том, что они непосредственно влияют на направление и осуществление деятельности субъекта. Коммуникативная функция заключается в том, что эмоции несут в себе информацию о психическом и физическом состоянии человека. Благодаря эмоциям люди способны лучше понимать друг друга. Защитная функция проявляется в мгновенной, быстрой реакции организма, способной защитить человека от различного рода опасностей. Когнитивная функция эмоций проявляется в нескольких аспектах: давать толчок к познанию, компенсировать недостаток знания, быть предпосылкой познавательного процесса.¹

1.1 Лингвистика эмоций как наука

Важно уточнить, что эмоции давно изучаются различными научными

¹ Шаховский В.И. Эмоции как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2009. № 9. С. 30.

дисциплинами: психология, социология, культурология. Лингвистика пополнила список этих наук относительно недавно.

Психологи неоднократно говорили о связи языка и эмоций, но не с точки зрения лексического значения слов, а выявляя связь между влиянием чувств и эмоций на нашу речь. Однако имеющиеся немногие работы, посвященные эмотивной лексике, были связаны с анализом поэзии. Обусловлено это было тем, что лингвисты традиционно считали эмоциональную составляющую лексики размытой, с трудом поддающейся изучению.

В то же время, В.В. Виноградов одним из первых начал изучать эмоции в языке и говорил о недостаточной изученности данной темы. В своих работах он обращал внимание аудитории на особое влияние эмоций на нашу речь, говоря, что «...слова находятся в непрерывной связи со всей нашей интеллектуальной и эмоциональной жизнью ... предметно-логическое значение каждого слова окружено особой экспрессивной атмосферой, колеблющейся в зависимости от контекста»².

Во второй половине XX века отношение к эмоциям как возможному объекту лингвистики меняется. В 1987 г. на пленарном заседании XIV Международного конгресса лингвистов в Берлине был представлен доклад Ф. Данеша об эмоциональном аспекте языка. В своем выступлении он утверждал наличие тесной взаимосвязи когниции и эмоции, необходимость изучения эмоциональной стороны языка. В результате проблема «Язык и эмоции» была названа участниками в числе пяти наиболее приоритетных направлений лингвистических исследований, что способствовало активному развитию эмотологии в зарубежном и отечественном языкознании.³

Далее темой отражения эмоций в языке начали заниматься такие лингвисты, как Е.М. Галкина-Федорук, М.Н. Кожина, А.А. Уфимцева, Д.Н. Шмелев и другие. В 2000-х годах работу «Эмоции как объект исследо-

² Цит. по: Маслечкина С. В. Выражение эмоций в языке и речи. 2015. С. 232.

³ Шаховский, В. И. Что такое лингвистика эмоций // Мир лингвистики и коммуникации. 2008. С. 22.

вания в лингвистике» опубликовал В.И. Шаховский⁴. В этой работе исследователь неоднократно подчеркивает связь эмоций и языка и делает вывод о том, что язык является средством эмоционального воздействия на слушателя посредством эмотивной (экспрессивной) лексики.

Важно уточнить, в связи со сказанным, что эмотиология, или лингвистика эмоций, сформировалась на стыке двух наук – психологии и языкознания, вызывая научный интерес многих выдающихся лингвистов, которые рассматривали антропоцентризм как приоритетное направление в развитии языкознания второй половины XX в.

На начальном этапе становления лингвистики эмоций как науки было необходимо уточнить, какие языковые средства выражают или описывают (называют) эмоции. В ходе исследований, посвященных данному вопросу, было установлено, что эмоции могут выражаться на всех уровнях языка: фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом. Однако основным средством выражения и описания эмоций является лексика.

Под термином «эмотив» современная лингвистика эмоций понимает лексемы, предназначенные для выражения эмоций адресантов и / или для эмоционального воздействия на адресатов. К числу эмотивов В.И. Шаховский относит любые лексемы, которые можно применить для выражения той или иной типизированной эмоции⁵. Однако он исключает лексику, называющую или обозначающую эмоции, эмотивной.

Существуют разные точки зрения на данную проблему. Споры продолжаются в науке до настоящего времени.

В данном исследовании мы придерживаемся точки зрения тех авторов, кто рассматривает наименования эмоций как эмотивы. Например, О.Е. Филимонова включает в сферу эмотивности единицы, номинирующие эмоцио-

⁴Шаховский В. И. Эмоция как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2009. № 9. С. 29-42.

⁵ Шаховский В.И. Эмоциональный дейксис речевого жанра // Языковая личность: жанровая речевая деятельность. Волгоград, 1998. С. 72-74.

нальное состояние⁶ А.С. Сидоренко, говоря об эмотивных единицах языка, указывает, что «категория эмотивность отчетливо проявляется ... на лексическом уровне – в существовании лексем-наименований эмоций и специфической экспрессивной лексики и лексики, описывающей эмоции»⁷.

Необходимо также отметить, что эмотиология разграничила эмотивность и эмоциональность высказывания. Высказывание является эмоциональным, если оно произвольно служит средством выражения эмоций говорящего без намеренного воздействия на адресата. В обратном случае, высказывание эмотивно, когда адресант целенаправленно воздействует на адресата, при этом используя эмотивные средства специальной лексики, синтаксиса и интонации⁸. Иными словами, возможно рассматривать лексику эмоций как способ воздействия на адресата, как элемент прагматики текста.

В межкультурном аспекте лингвистика эмоций доказала необходимость овладения эмотивным кодом иностранного языка в целях адекватной межкультурной эмоциональной коммуникации. Именно лингвистика доказала, что эмотивная и эмоциональная компетенции обязательно должны быть включены в коммуникативную компетенцию языковой личности⁹.

Эмотиология установила также, что эмотивный потенциал языка необходим в процессе перевода с одного языка на другой. Особенно актуальными становятся знания о национально-культурной специфике картины мира, в особенности её эмоциональных элементах, проявляющихся в используемых языках. Эмоции являются общечеловеческой универсалией, но их отражение в том или ином языке специфично. Поэтому необходимо изучать эмотивный компонент семантики языка в составе его культурологического аспекта.¹⁰

Подводя итог сказанному, подчеркнем, что интерес лингвистики к эмоциональной сфере существует давно, существует большое количество иссле-

⁶ Филимонова О.Е. Категория эмотивности в английском тексте (когнитивный и коммуникативный аспекты). 2001. С. 44.

⁷ Сидоренко А. С. Основные направления в исследовании сущности и объема категории эмотивности. 2013. С. 91-97.

⁸ Шаховский В. И. Эмоции как объект исследования в лингвистике. С. 39.

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

дований, выполненных в области эмотиологии, однако теория эмоций активно продолжает развиваться в настоящее время. В первую очередь это связано с тем, что эмоции как языковое явление начали детально изучать сравнительно недавно. Поэтому ученые называют сегодня лингвистику эмоций наукой будущего.

1.2 Современные исследования эмоций в языке

По словам В.И. Шаховского, ключом к изучению человеческих эмоций является сам язык, который номинирует эмоции и выражает их. Кроме этого, язык формирует эмоциональную картину мира народа. Поскольку эмоции неотрывны от языка, их можно и нужно изучать с помощью языка. Язык является и объектом, и инструментом изучения эмоций как неотъемлемой части коммуникативно-познавательной деятельности индивида. Эмоции не только получают обозначение в языке, но характеризуются особым представлением в нем, подчеркивает автор.¹¹

Как было показано в предыдущей главе, В.И. Шаховский внес огромный вклад в изучение эмоций в отечественной лингвистике. Более 400 различных публикаций на тему лингвистики эмоций и эмотивной культурологии были написаны Виктором Ивановичем за годы работы над развитием данного научного направления. Сегодня ученики и последователи В.И. Шаховского продолжают его исследования. И.А. Шаронов, А.А. Штеба, Я.А. Волков, С.В. Ионова, Т.В. Ларина и другие лингвисты справедливо называют лингвистику эмоций наукой будущего.

С развитием эмотиологии стало появляться множество новых методов и подходов к изучению эмоций в лингвистике, такие как коммуникативный, кластерный и метод дескрипторов. Но согласно мнению В.Ю. Апресян и Ю.Д. Апресяна существует еще два подхода к описанию эмоций, которые условно можно назвать смысловым и метафорическим. Суть метафорического подхода заключается в следующем: эмоции представляются чем-то некон-

¹¹ Шаховский В.И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. Изд. 2-е. М., 2013. 128 с.

кретным, в языке они не выражаются прямо, для этого люди используют метафоры и уподобляют эмоции предметам из материального мира¹².

Метафорический подход был детально проработан М. Джонсоном и Дж. Лакоффом, этим же методом руководствуется и Н.Д. Арутюнова¹³. Смысловой же подход заключается в описании эмоций через какую-то знакомую ситуацию, пережитую ранее. Одним из основоположников смыслового подхода была А. Вежбицкая¹⁴. Два этих подхода являются самыми известными и эффективными, ведь с помощью них можно решить главную трудность, связанную с эмоциями, а именно частую невозможность передать их словами.

Еще одним камнем преткновения в эмотиологии являются понятия «экспрессивная лексика» и «эмотивная лексика». Разные авторы вкладывают в термин «эмоциональная лексика» разный смысл. Одни заявляют, что нет нужды в том, чтобы разграничивать понятия «эмоциональный» и «экспрессивный». Другие же говорят о необходимости четкого разграничения этих двух понятий. Одним из сторонников такого подхода является Л.Л. Нелюбин, в его переводоведческом словаре можно найти определение, согласно которому экспрессивной лексикой можно считать «слова, выражающие ласку, шутку, иронию, пренебрежение, фамильярность и т. д.»¹⁵. Эмоциональная же лексика – это слова, имеющие выраженную языковыми средствами эмоциональную окрашенность.

Также за разграничение понятий «эмоциональный» и «экспрессивный» выступала Е.М. Галкина-Федорук. Она говорила о том, что необходимо четко разграничить эти два понятия. «Эмоциональные средства служат для выражения чувств, а экспрессивные – для усиления выразительности, как при выражении эмоций, так и при выражении мысли»¹⁶. По ее мнению, выражение эмоций в языке всегда экспрессивно, но экспрессия не всегда эмоциональна.

¹² Маслечкина С.В. Выражение эмоций в языке и речи. С. 234

¹³ Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка: Избранное 1988-1995. М., 2003. С. 5.

¹⁴ Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М., 1996. С. 337.

¹⁵ Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд. М., 2003. С. 256.

¹⁶ Галкина-Федорук Е.М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке, сборник статей по языкознанию. Профессору Московского университета академику В.В. Виноградову в день его 60-летия. М., 1958. С. 121.

Этой точки зрения также придерживаются Н.М. Баженов и А.М. Финкель¹⁷. В своей работе под названием «Современный русский литературный язык» они указывают на то, что группа слов, обозначающих чувства, отношение, любовь, ненависть, доброту и т.д. является одной из самых устойчивых групп¹⁸.

Такие разные подходы к рассмотрению эмоций связаны с тем, что они сами по себе имеют сложную структуру и некоторые особенности. Именно они, а вовсе не несовершенство языка и речи, затрудняют их языковую вербализацию. К этим особенностям относится то, что эмоции являются реакцией и оценкой ситуации. Они также всегда субъективны, так как каждый по-разному может передать одну и ту же эмоцию. У эмоций нет четких границ. Они сменяют друг друга плавно, одна эмоция перетекает в другую. И, наконец, эмоции динамичны, изменчивы и непостоянны. Поэтому иногда возникают сложности с вычленением одной конкретной эмоции и оформлением ее через средства языка.¹⁹

Согласно А.С. Сидоренко, сегодня существует пять основных подходов изучения природы и объема категории эмотивности в языке: 1) коммуникативный подход, связывающий исследование понятия эмотивности с особой функцией языка; 2) психолингвистический подход, акцентирующий внимание лингвистов на единицах, обладающих эмоционально-ассоциативными связями; 3) когнитивный подход, изучающий эмоциональные концепты и способы их представления в языке; 4) семантический подход, рассматривающий понятие эмотивности в связи с компонентной структурой значения слова; 5) когнитивно-дискурсивный подход, определяющий эмотивность как полистатусную когнитивную категорию, способную отображать эмоции человека на разных уровнях языковой системы.²⁰ В то же время, междисциплинарный подход к исследованию эмоций позволяет привлекать данные других наук к

¹⁷ Маслечкина С.В. Выражение эмоций в языке и речи. С. 233.

¹⁸ Финкель, А.М., Баженов Н.М. Современный русский литературный язык. С. 138

¹⁹ Полевая А.И. Проблемы отражения эмоций в языке. С. 84.

²⁰ Сидоренко, А. С. Основные направления в исследовании сущности и объема категории эмотивности. Полоцк, 2013. С. 1-7.

анализу и описанию эмоций в языке как возможность получения новых интересных результатов. Исследования могут проводиться на стыке лингвистики эмоций и политической лингвистики, теории текста, дискурса и лингвистики эмоций, межкультурной коммуникации и лингвистики эмоций, контрастивной лингвистики, концептологии и лингвистики эмоций.

Приведем в качестве примера ряд работ, в которых эти междисциплинарные аспекты уже реализованы. Например: Я.А. Волкова «Ненависть» как кластерный эмоциональный концепт»²¹; П.С. Дронов «Греть душу и сердце: употребление одной идиомы с семантикой радости и «грамматика идиом»²²; А.Л. Токарева «Конвенциональные и авторские метафоры ГНЕВ – ЭТО БОЛЕЗНЬ и ГНЕВ – ЭТО ЖИВОЕ СУЩЕСТВО в произведениях русских писателей последней трети XX – начала XXI века»²³ и другие.

Одно из новых направлений, в рамках которого ведутся исследования эмоций в языке – эмотивная лингвоэкология – наука, занимающаяся проблемами сохранения языка как духовной среды существования человека. В современном мире, где процессы глобализации сменяются сепаратизмом, важность сохранения духовной сферы человека через язык, общение, тексты приобретает первостепенную важность.

Необходимость обучения вежливому общению особенно подчеркивал В.И. Шаховский в своих последних работах, говоря об огромной роль эмоций в современной жизни человека и все возрастающую агрессивность его вербальной деятельности. По словам автора, это «объясняется бурными, глобальными событиями в мире, широкими открытыми контактами между народами и все усиливающейся тенденцией к агрессивности в отношениях внутри одной страны и между разными странами». И далее, там же: «Эта агрессивность иногда не может не вербализовываться даже в дипломатическом языке, что ведет к нарушению стилового канона. Это объясняется также и многочисленными природными, технократическими, социальными и политически-

²¹Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М., 2008. С. 23-29.

²²Там же. С. 36-42.

²³Там же. С. 114-124.

ми катаклизмами и катастрофами, происходящими в мире, которые не могут не вызывать эмоциональное резонирование у населения и у авторов текстов СМИ».²⁴ Подтверждение сказанному мы находим в практической части данной работы.

Подводя итог сказанному, еще раз процитируем В.И Шаховского: «Адекватное выражение эмоций на иностранном языке в устной и письменной коммуникации возможно только в случае адекватной эмоциональной/эмотивной компетенции говорящего. Этой компетенции надо обучать специально».²⁵ Иными словами, тема обучения грамотному эмоционально выверенному общению является сегодня очень актуальной научной проблемой. Одним из путей ее решения представляется анализ текстов СМИ, определение того, как влияет языковая объективация эмоций на восприятие и оценку информации читателем, как лексика, обозначающая эмоции, формирует эмоциональную атмосферу высказывания, текста, дискурса.

1.1 Классификации эмоций

Несмотря на то, что в различных науках как, например, в лингвистике и психологии было предпринято немало попыток создания единой, универсальной классификации эмоций, в настоящее время данная задача остается невыполненной. Сложность создания единой классификации эмоций состоит в том, что одна и та же эмоция обозначается по-разному, а то или иное языковое наименование может оказаться лишь обозначением в степени интенсивности эмоции, которая уже имеет своё название в языке. Существующие на данный момент классификации различаются количеством включаемых в себя эмоций.

Параметры, используемые для разграничения различных эмоций, в общем виде можно представить следующим образом:

- 1) по наличию/отсутствию интеллектуальной оценки эмоции делятся на простые и сложные (чувства). Сложные эмоции (любовь, гордость и т.д.)

²⁴ Шаховский В. И. Голос эмоций в языковом круге homo sentiens. М., 2019. С. 17–19.

²⁵ Там же.

возникают лишь при наличии определенного уровня интеллекта, что отличает их от простых эмоций, предполагающих не оценку, а непосредственное ощущение какого-то положения вещей как плохого или хорошего (злость, страх, удовольствие т.д);

2) по «знаку» переживания эмоции делятся на положительные и отрицательные;

3) по направленности на говорящего или на окружающих эмоции делятся на личные (отчаяние, горе, тоска) и неличные (жалость, сострадание, восхищение);

4) по влиянию на деятельность человека эмоции делятся на активные (радость, воодушевление) и пассивные (тоска, отчаяние);

5) по степени интенсивности – эмоции высокой степени интенсивности (счастье, несчастье) и низкой степени интенсивности (удовлетворение, досада).

Независимо от того, что послужило основанием классификации эмоций, большинство учёных сходятся на мнении о том, что эмоции должны быть дифференцированы на «незначительные» и «базовые» (основные).

Теория классификации «базовых эмоций» является одной из самых распространённых. Данная классификация основана на исследованиях Пола Экмана и Кэрролла Изарда, начавшихся еще в 20-х годах XX века и продолжающихся до сих пор. В основе теории лежит идея о том, что среди всего спектра эмоций существуют некие базовые эмоции, которые могут функционировать сами по себе или, сочетаясь друг с другом в разных пропорциях, создавать более сложные эмоции .

К. Изард в своих работах выделяет 10 видов «базовых эмоций»: интерес, радость, удивление, горе, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд, вина. В английском языке данные эмоции передаются такими лексическими единицами, как INTEREST/EXCITEMENT, JOY, SURPRISE, SADNESS, ANGER, DISGUST, CONTEMPT, FEAR, SHAME, GUILT. Данная классификация будет использована в работе для анализа эмотивов в материалах сайта CNN.

Еще одной из проблем, которые связаны с вопросом об описании эмоций, является проблема создания универсальной классификации эмоций. Разные ученые предлагали свои варианты того, сколько эмоций выделять и с помощью какого подхода их разделять. На данный момент ученые все еще не пришли к единому мнению, так что вопрос об общепринятой классификации эмоций остается открытым.

Признаки, по которым можно разграничивать эмоции, могут представлять собой

1) наличие или отсутствие интеллектуальной оценки. Эмоции делятся на базовые и сложные, которые по-другому называются чувствами. К ним относятся такие чувства как любовь или гордость. Они отличаются от базовых эмоций тем, что требуют непосредственной оценки, а следовательно, и наличие развитого интеллекта. Базовые эмоции отражают только ощущение плохого или благоприятного положения вещей.

2) положительность или отрицательность. Эмоции делятся на положительные и отрицательные. Но в определенных случаях, в зависимости от восприятия и культурных особенностей, эмоция с положительной или отрицательной коннотацией, может быть наоборот, как отрицательной, так и положительной. Например, досада от поражения в матче может воодушевить проигравшего игрока, заставить его учесть свои ошибки и выступить лучше в следующий раз.

3) направленность. Эмоции могут быть направлены как на окружающих и быть неличными (к ним относятся такие эмоции, как сострадание, жалость, восхищение), а могут быть направлены на говорящего и быть личными (например, тоска, горе, отчаяние).

4) влияние на человеческую деятельность. Разные эмоции могут по-разному воздействовать на человека и либо способствовать его продуктивности, либо ее тормозить. Таким образом, эмоции делятся на активные (радость, воодушевление) и пассивные (тоска, отчаяние).

5) степень интенсивности. По степени интенсивности эмоции делятся

на высокоинтенсивные (счастье, несчастье) и низкоинтенсивные (удовлетворение, досада).²⁶

Необходимо уточнить, что каждый автор выделяет разное количество базовых эмоций, их количество варьируется от двух, таких как боль и удовольствие, шести у П. Экмана (удивление, гнев, печаль, неудовольствие, страх и презрение)²⁷ до 8 и 18, среди которых вина, заносчивость и индифферентность, которые были предложены Р. Плутчиком²⁸ Так, Э. Изард, взяв за основу теорию дифференциальных эмоций Томкинса, выделяет 10 фундаментальных человеческих эмоций: интерес, радость, удивление, горе, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд, вина. Его теории будет уделено особое внимание и на ней же будет основана практическая часть работы.

Итак, К. Изард считает, что вышеупомянутые эмоции являются базовыми, а все остальные чувства, которые испытывает человек, это разные соотношения тех или иных базовых эмоций. В своей работе под названием «Эмоции человека» он приводит несколько примеров сложных эмоций, которые состоят из нескольких базовых. К примеру, «Когда человек сталкивается с неизвестным (потенциально возбуждающим, потенциально опасным) объектом или оказывается в новой ситуации, его интерес может трансформироваться в страх. Точно так же презрение, смешанное с радостью и возбуждением, вызывает воинствующий энтузиазм».²⁹

Стоит также упомянуть то, что К. Изард не делил эмоции на привычные положительные и отрицательные. Он считал, что все эмоции достаточно функциональны и полезны и такие эмоции, как страх, стыд и гнев зачастую безоговорочно относятся к негативным эмоциям. Но бывают ситуации, когда вспышка гнева способствует выживанию у животных или защите своей чести и достоинства у людей. А страх и стыд служат утверждению социального порядка. Так и выражение позитивной эмоции радости может привести к пла-

²⁶ Ильин Е. П. Эмоции и чувства. 130-138

²⁷ Экман П. Психология эмоций. С. 26.

²⁸ Plutchik R. The Nature of Emotions. P. 344-350.

²⁹ Изард, К. Эмоции человека. С. 216-248.

чевным последствиям, если она вызвана злорадством и обижает собеседника.³⁰

Эмоции всегда были интересным объектом для исследования, сначала они изучались разными дисциплинами, в том числе психологией, где выявлялась связь между влиянием чувств и эмоций на нашу речь. В настоящее время изучение эмоций проходит на стыке политики, литературы и межкультурной коммуникации. Наконец, образовался такой раздел лингвистики, как эмоциология и по праву завоевал свое место среди других научных дисциплин. На современном этапе исследования эмоций в языке появился ряд новых направлений, позволяющих углубиться в тему и затронуть важные вопросы. К таким направлениям относятся эмотивная лингвоэкология, контрастивная лингвистика и концептология. Благодаря ученым, которые внесли огромный вклад в данный раздел лингвистики, эмоции стали рассматриваться с разных сторон и делать все больше открытий. Хоть пока ученым и не удалось прийти к общему мнению насчет многих вопросов, касаемых места и роли эмоций в лингвистике, их особенностей и признаков, неугасаемый интерес ученых к данной теме способствует плодотворному изучению эмоций и приближает нас к истине.

³⁰ Изард, К. Эмоции человека. С. 216-248.

2 ЭМОТИВЫ В НОВОСТНЫХ СТАТЬЯХ CNN

2.1 Общий анализ эмотивов, использованных в текстах статей

Для публицистического жанра характерно большое использование эмотивов, чтобы затронутые эмоции в статьях и репортажах как можно точнее передали настроение самой новости и оказали большее влияние на читателя. В предыдущей главе курсовой работы были рассмотрены публикации, в которых объектом исследования являлись эмоции. В частности, была затронута и наиболее широко раскрыта тема лексического способа отражения эмоций в языке, так как лексический уровень считается наиболее богатым на средства выражения эмоций, чем и заслуживает особое внимание ученых. Вторая глава, которая представляет собой практическую часть работы, будет основана именно на этом способе отражения эмоций.

Методом сплошной выборки были выявлены эмотивы, которые наиболее полно выражают базовые эмоции. За основу для исследования была взята классификация базовых эмоций К.Э. Изарда, о которой говорилось в предыдущей главе.

Первый этап исследования представляет собой анализ базовых эмоций и поиск их определений в толковом словаре «Dictionary by Meriam-Webster».³¹

1. Interest – a feeling that accompanies or causes special attention to something or someone
2. Enjoyment – something that gives keen satisfaction
3. Surprise – the feeling caused by something unexpected or unusual
4. Sadness – a state or spell of low spirits
5. Anger – an intense emotional state of displeasure with someone or something
6. Disgust – marked aversion aroused by something highly distasteful
7. Contempt – lack of respect or reverence for something

³¹ Webster N. The Merriam-Webster Dictionary P. 720

8. Fear – an unpleasant often strong emotion caused by anticipation or awareness of danger

9. Shame – a painful emotion caused by consciousness of guilt, shortcoming, or impropriety

10. Guilt – a feeling of deserving blame for offenses

Проведя анализ указанных выше эмотивов, можно разделить их на две группы: эмотивы с положительной коннотацией и эмотивы с отрицательной коннотацией, результаты данного анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Эмотивы с положительной оценкой	Эмотивы с отрицательной оценкой
Interest, enjoyment, surprise	Sadness, anger, disgust, contempt, fear, shame, guilt

Второй этап исследования представляет собой анализ статей на интернет-ресурсе CNN и определение того, насколько часто употребляется тот или иной эмотив в статьях. Результаты исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2

Эмотив	Частотность	%
Interest	30168	23,145
Fear	27297	20,943
Surprise	26661	20,454
Anger	16915	12,977
Enjoyment	10015	7,683
Shame	7401	5,678
Sadness	4484	3,44
Guilt	2558	1,963
Contempt	2470	1,895
Disgust	2374	1,822

Итак, согласно подсчетам, полученным в результате автоматизированного поиска эмотивов по ключевым словам, были получены следующие данные: чаще всего в статьях CNN используются эмотивы «interest», «fear», «surprise». Рассмотрим примеры, иллюстрирующие употребление данных

единиц в статьях по рубрикам в таблице 3.

Таблица 3

Рубрики Эмотивы	News	Business	Enter- tainment	Sport	Travel	Style
Fear	16320	4209	1093	549	512	202
Interest	14981	7639	1679	967	841	554
Surprise	8203	1673	1525	1263	719	239
Anger	6572	453	1075	958	521	196
Enjoyment	187	56	143	104	71	10

Таким образом, эмотивы преимущественно встречаются в новостях (рубрика «News»), что может быть обусловлено большим количеством таких сообщений в каждом выпуске. Новостные сообщения занимают меньше текстового пространства, не включают аналитическую составляющую, постоянно обновляются, позволяя авторам часто обращаться к эмоциям в своих публикациях.

Из представленных в таблице результатов видно, что большая часть новостных публикаций включает упоминание такой эмоции, как страх. Она оказывается более частотной, чем интерес. Следовательно, информация, представленная на сайте, носит преимущественно негативный характер и вызывает отрицательные эмоции у читателей. Причем именно новости должны вызывать страх у потребителей текстов СМИ.

Как писал В.И. Шаховский, «определенная эмоция всегда вызывается какой-нибудь специфичной или абстрактной ситуацией, которую мы называем типовой (категориальной). Например, эмоция страха обусловлена предвосхищением какого-либо зла (часто неопределенного, но часто заведомо известного и ожидаемого), так как эта эмоция может причинить горе или разрушение. А категориальная эмоциональная ситуация (далее КЭС) тревоги связана с неопределенным злом и непредвиденными ожиданиями опасности, которые нельзя просчитать»³².

Рассмотрим некоторые публикации, в которых эмотив «fear» использу-

³² Шаховский, В. И. Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии. Волгоград, 2009. С. 24.

ется в заголовке – сильной позиции в тексте, сразу же привлекая внимание читателя к публикации.

Например, в статье М. Игана от 28 апреля 2015 года «Don't fear China. Fear Washington»³³ упоминаются выступления бывшего министра финансов США Тимоти Гейтнера и бывшего министра финансов США Генри Полсона, которые выразили обеспокоенность по поводу напряженных экономических и политических отношений между США и Китаем. В своих выступлениях бывшие министры финансов США Гейтнер и Полсон подчеркнули важность диалога и сотрудничества между двумя странами для устойчивого развития мировой экономики. Однако они также выразили обеспокоенность тем, что неконтролируемый рост Китая может повлиять на стабильность мировой экономики и финансовых рынков. В докладе подчеркивается важность взаимовыгодных отношений между США и Китаем для обеспечения глобальной экономической стабильности и процветания.

Говоря об использовании эмотива «fear» в статье, можно привести в пример отрывок данной статьи: «Geithner, along with Henry Paulson and Robert Rubin, said they **fear** America has been hurt by Congress's inability to tackle critical issues like immigration reform, the tax code and income inequality». В нем мы можем видеть, что данный эмотив используется для того, чтобы подчеркнуть переживания и страх по поводу неспособности Конгресса США решать такие проблемы как иммиграционная реформа, налоговый кодекс и разница в доходах.

Страх является неотъемлемой частью деловой сферы, где велики финансовые риски, а банкротство приравнивается к смерти. Страх может охватить не только одного человека, но и весь рынок, о чем говорится в статье Б. Руни «Fear returns to stock market»³⁴ от 17 июля 2014 года. В данной статье

³³ Egan M. Don't fear China. Fear Washington // CNN. 2015. [Электронный ресурс] URL : <https://money.cnn.com/2015/04/28/investing/geithner-paulson-china-america/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

³⁴ Rooney B. Fear returns to stock market // CNN. 2014 [Электронный ресурс] URL : <https://money.cnn.com/2014/07/17/investing/malaysia-airlines-gold-vix/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

анализируется взаимосвязь между падением цены на золото и индексом страха на примере авиакомпании *Malaysia Airlines*: после крушения рейса МН17 в июле 2014 года цена акций *Malaysia Airlines* упала, и компания начала получать кредиты под залог золотых слитков. Однако в этих условиях упала и цена на золото. В статье анализируется, как ситуация в *Malaysia Airlines* и изменения в спросе на золото могут повлиять на индекс страха – индикатор, отражающий колебания рынка и степень волатильности ценных бумаг. На примере статьи можно понять, насколько большую роль играет эмоция страха в финансовой и деловой сфере: «The VIX (VIX), which is sometimes dubbed Wall Street's "**Fear** Gauge", shot up 37% following news that Israel has launched a ground offensive in Gaza. The index stood at 15, the highest level since mid April».

Иногда страх является синонимом адреналина. Например, в статье Дж. Мастерса «BASE jumping: ‘The thrill, the fear and the excitement’»³⁵ автор повествует о несчастном случае, когда известный спортсмен-экстремал Дин Поттер и его друг Грэм Хант погибли, прыгнув с парашютом с обрыва в Национальном парке Йосемити. В статье подробно описываются обстоятельства случившегося и подчеркиваются опасности и риски, связанные с такими видами деятельности, как бейсджампинг.

В статье также отмечается, что Поттер и Хант были известными спортсменами, которые часто занимались экстремальными видами спорта. Их гибель вызвала дискуссию о безопасности и этичности таких занятий и их влиянии на окружающую среду парка.

В статье также говорится о парадоксальности того, что именно страх является одним из ключевых факторов для получения удовольствия от занятий экстремальными видами спорта, ведь его основная задача-это, наоборот, убережет человека от опасности: «What is bizarre is that fear is essential to our survival as it keeps us out of danger, yet we are drawn to meeting it head on,» says Professor Rhonda Cohen, an expert in the psychology of extreme sports at

³⁵ Masters J. BASE jumping: ‘The thrill, the fear and the excitement’. // CNN. 2015. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2015/05/18/sport/dean-potter-graham-hunt-base-jumping-death/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

Britain's Middlesex University and head of the London Sport Institute.»

Тема страха и спорта раскрывается также в статье Т. МакГована «Mille Miglia: 1,000 miles of fear»³⁶ от 18 мая 2012 года. Эта статья о знаменитой и престижной автомобильной гонке *Mille Miglia* и участии в ней британского гонщика Стирлинга Мосса. *Mille Miglia* была одной из самых престижных автомобильных гонок в Италии, в которой принимали участие известные гонщики со всего мира. Так, сам Стирлинг Мосс говорил, что это была единственная гонка, которая смогла его напугать, так как он не знал, куда ему нужно было ехать: «It was the only race that **frightened** me, actually,» motor-sport legend Stirling Moss says of Italy's historic endurance rally – the Mille Miglia. «It certainly was one of the races throughout the year where I thought, ‘Oh God,’ because I didn't know where I was going».

Даже в разделе «Путешествия» встречаются публикации, посвященные данной негативной эмоции. Так в статье З. Рахима «It's the fear factor.' English pub owner installs electric fence to keep customers at a safe distance»³⁷ от 13 июля 2020 года рассказывается о необычной мере безопасности, принятой одним из британских пабов в Корнуолле. В связи с физической дистанцией и мерами предосторожности, необходимыми в связи с пандемией COVID-19, паб установил электрическое ограждение вокруг бара, чтобы клиенты не могли подойти слишком близко к барменам. Хотя оно и не подключено к сети и безопасно для окружающих, люди все равно боятся к нему подходить и в этом большую роль играет страх: «“It's not on but it's got the desired effect that everybody thinks it's on and they keep well away from it. It's the fear factor. It's working very well,» McFadden said.»

Статья М. Стрита «US airport workers fear for safety on Covid frontline, survey reveals US airport workers fear for safety on Covid frontline, survey re-

³⁶ McGowan T. Mille Miglia: 1,000 miles of fear. // CNN. 2012. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2012/05/18/sport/motorsport/motorsport-mille-miglia-moss/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

³⁷ Rahim Z. 'It's the fear factor.' English pub owner installs electric fence to keep customers at a safe distance. // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2020/07/13/europe/cornwall-pub-electric-fence-gbr-intl/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

veals»³⁸ была опубликована 24 мая 2023 года. В данной публикации представлены результаты опроса, проведенного Профсоюзом работников пассажирских авиалиний (SEIU), об условиях труда работников аэропортов. Исследование показало, что многие работники аэропортов сталкиваются с недостаточной защитой прав, низкой заработной платой и неадекватным медицинским страхованием. Они также боятся, что все эти недочеты отразятся на их здоровье. В отчете также представлены рекомендации по улучшению этих условий и качества жизни работников аэропортов.

В разделе про стиль также присутствуют новости о связи страха и искусства. Итак, Д. Гринвуд, используя в заголовке статьи «*Suspiria: Fashion and fear converge in 2018's most stylish horror film*» эмотив «fear», пытается воздействовать на эмоциональную сферу читателя, вызвать его интерес посредством апелляции к одной из самых сильных эмоций, связанных с его базовыми потребностями, а следовательно, заранее заставить его волноваться, даже если сама новость никак не может повлиять на жизнь индивида.

Что касается распределения эмотивов с учетом заключенной в них оценки, то результаты могут быть представлены следующим образом (таблица 4).

Таблица 4

Эмоциональная окраска	Частотность
Положительная	24316
Отрицательная	49933

Как видно из результатов, приведенных в таблице, отрицательные эмоции преобладают в текстах СМИ, поскольку количество эмотивов с отрицательной оценкой в два раза превышает количество эмотивов с положительной оценкой. Данный факт свидетельствует, прежде всего, о доминировании

³⁸ Street M. US airport workers fear for safety on Covid frontline, survey reveals US airport workers fear for safety on Covid frontline, survey reveals // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/travel/article/airport-workers-seiu-report/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

негативной информации в пространстве СМИ, а также о том, что авторы в какой-то мере сознательно сообщают чаще о событиях, имеющих отрицательную направленность.

2.2 Анализ эмотивов «**fear**», «**interest**», «**surprise**»

Рассмотрим ряд примеров, иллюстрирующих использование данных эмотивов в статьях.

Эмотив «**fear**», который преобладает в новостях, чаще всего употребляется для того, чтобы выразить настороженность и обеспокоенность людей перед грядущими нежелательными событиями или изменениями в их жизни. Примеры, представленные ниже, это подтверждают.

1) "What happens though is when kids are saying, no, we often as parents get really concerned, like, 'Oh my gosh, they're not gonna eat. They're not gonna grow. They're gonna be sick.'... And so out of that **fear**, we do a whole bunch of things," Anderson told me.³⁹

2) "A peasant's biggest **fear** would be to marry their daughter to a fisherman, and the fisherman's biggest fear would be the same."⁴⁰

3) The beach near Ocean Drive has been closed and authorities will also be closing Ocean Drive in **fear** that other houses might collapse.⁴¹

В то же время, самую негативную коннотацию данный эмотив приобретает в примерах, где он употребляется, чтобы выразить страх людей за свою собственную жизнь, являющийся возможно самым сильным выражением данной эмоции.

1) As the sun rose over Tularosa, New Mexico, on July 16, 1945, Henry Herrera helped his father fill their truck's radiator. Suddenly, a blinding flash overtook the dawn light. A roaring boom followed, striking **fear** into Henry and his family. Elsewhere in Tularosa, some were knocked back from their breakfast tables. Others pulled out rosaries to pray.⁴²

³⁹ Melas C. My children's picky eating is overtaking mealtime.

⁴⁰ Buckley J. The Italian place where you don't eat 'Italian' food.

⁴¹ Buckley J. The Italian place where you don't eat 'Italian' food.

⁴² Lujan B.R. Opinion: Families suffered from America's nuclear testing. They still need help.

2) Austrian blogger Victoria Fellner visited Sky Bridge 721 earlier this week as part of a preview event, sharing photos on her Instagram account. Fellner told CNN Travel that taking her first step on the bridge gave her a "queasy feeling." But this initial **fear** subsided as she admired the surrounding landscape.⁴³

Так, мы видим, что эмотив «fear» может употребляться в разных ситуациях и выражать либо страх перед чем-то неизведанным или потенциально опасным событием в будущем, либо страх за свое здоровье или даже жизнь.

В приведенных ниже примерах эмотив «interest» употребляется в составе словосочетания «interest rates», что переводится как «процентная ставка» и определяет заинтересованность банков в собственной прибыли, путем взимания процентов с клиентов.

1) When the pandemic hit the United States, The Fed unleashed a flood of easy money while cutting **interest rates** to near zero to prevent an economic collapse.⁴⁴

2) Rising food and energy prices pushed India's annual retail inflation near an eight-year high in April, strengthening expectations that the central bank would raise **interest rates** more aggressively.⁴⁵

3) Worries about an economic slowdown are running wild on Wall Street. Despite concerns about inflation, higher **interest rates** from the Federal Reserve, supply chain issues and geopolitical turmoil due to Russia's invasion of Ukraine and Covid outbreaks in China, American consumers continue to do what they do best: shop until they drop.⁴⁶

Также, данный эмотив может употребляться и в более широком и привычном нам смысле и обозначать интерес к чему-то новому, необычному и неизведанному, как в примерах, представленных ниже.

1) It is perfectly safe to view a lunar eclipse with your naked eye, according to Petro. "That's the great thing about lunar eclipses is that you require no other

⁴³ Street F. Spectacular world's longest suspension footbridge opens in Czech Republic.

⁴⁴ Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever.

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever.

gear other than a passion and **interest** in being outside and a clear horizon," Petro said.⁴⁷

2) Among wedding trends heating up, sellers have noted a surge in **interest** in black bridal gowns.⁴⁸

Таким образом, мы можем заметить, что эмотив «interest», преобладающий в новостях о финансах, связан с тем, как банки реагируют на нестабильное экономическое положение и адаптируются к ней. Менее часто он употребляется и для передачи эмоций людей при виде чего-то нового или необычного.

Рассмотрим эмотив «surprise», который употребляется авторами в большинстве статей, чтобы передать удивление и реакцию на неожиданное событие, как в следующих примерах.

1) A board seat accepted and then rejected. A stunning \$44 billion takeover offer with uncertain financing. And a **surprise** early morning tweet putting the deal on hold, temporarily.⁴⁹

2) "I think no one, [including] me, ever thought it was possible to lose that much of money in a stablecoin. And I think that's the biggest **surprise**"⁵⁰

3) "The discovery of the ghost fossils was a complete **surprise**," said study author Sam Slater, researcher at the Swedish Museum of Natural History in Stockholm.⁵¹

Также эмотив «surprise» может употребляться и в словосочетании «no surprise», выражая совершенно противоположную эмоцию и обозначая реакцию на событие, которое было ожидаемо и не создало эффекта неожиданности. Например:

1) In recent years, mass shooters have increasingly targeted a range of venues – churches, synagogues, grocery stores, movie theaters -- that have minimal security. That's **no surprise**, experts who study violence and mass shootings say.

⁴⁷ Marples M. A total lunar eclipse will turn the moon red. Here's how to watch.

⁴⁸ Kavalanz P. Brides are pumped to wear black wedding dresses.

⁴⁹ Korn J. Elon Musk's bumpy road to possibly owning Twitter: A timeline.

⁵⁰ Sarlin J. Stablecoins were supposed to be 'stable.' Then the crash came.

⁵¹ Strickland A. Scientists discover 'ghost' fossils beneath a microscope.

These attackers, including the one last weekend in Buffalo, choose so-called "soft targets" where people are largely unprotected and where their bullets will have maximum impact.⁵²

2) Although last month's number was larger than the 391,000 that economists had predicted, the slowdown in job growth is **no surprise**.⁵³

Итак, эмотив «surprise» часто употребляется в общепринятом значении, как ответная реакция на неожиданное событие. Но иногда он может иметь и противоположное значение, показывая, что какое-то явление не вызвало чувство удивления.

Так, можно сделать вывод о том, что каждый из эмотивов реализует определенное значение в контексте статьи в зависимости от намерений автора донести ту или иную информацию. К примеру, эмотив «interest» может использоваться в новостных статьях про стиль и выражать заинтересованность в новой дизайнерской коллекции или предмету одежды. Или же в статьях про путешествия и туризм, и обозначать неподдельный интерес к достопримечательностям или культурным особенностям других стран.

2.3 Сравнительный анализ эмотивов «interest», «fear» и «surprise» в статьях 2012, 2017 и 2022 годов

В данном разделе будут рассмотрены наиболее частотные эмотивы «interest», «fear» и «surprise» с целью определения сходств и различий в частотности употребления данных эмотивов в динамике.

Рассмотрим таблицу 5, в которой проиллюстрировано соотношение частотности использования, то есть количества статей, где были использованы эти эмотивы в разные периоды времени.

Таблица 5

Эмотив \ Год	2012	2017	2022
Interest	2800	3166	1140

⁵² Karimi F. Mass shooters are increasingly attacking 'soft targets' such as supermarkets. Experts say securing them will be difficult.

⁵³ Tappan A. America added 428,000 jobs in April.

Fear	2152	2194	632
Surprise	1469	1479	412

Исходя из данных таблицы, можно утверждать, что с течением времени частотность использования эмотивов почти не менялась, однако эмотив «interest» встречается в публикациях этих лет чаще, чем в целом за период выборов. Данный факт можно объяснить, вероятно, тем, что в эти годы в СМИ доминировала информация о положительных событиях или эти события вызывали у автора и читателя скорее интерес, чем страх. Возможно, больше сообщений были посвящены новостям из сферы бизнеса, поэтому речь в публикациях шла о процентных ставках, финансовом интересе, а не эмоциях, которые испытывали люди.

Далее рассмотрим примеры использования данных эмотивов в статьях.

Эмотив «interest».

2012: «It said the downbeat prediction that combined businesses income in 2012 would be lower than the £21.12bn posted in 2011 reflected a continued reduction in non-core assets, weak demand for loans, higher wholesale funding costs and low **interest rates**».⁵⁴

2017: «Among the biggest changes: Payments for **interest on the debt** climbed 6.3% to \$457 billion».⁵⁵

2022: «Rising food and energy prices pushed India's annual retail inflation near an eight-year high in April, strengthening expectations that the central bank would raise **interest rates** more aggressively».⁵⁶

Действительно, в указанные годы эмотив «interest» чаще употреблялся в финансовых новостях, посвященных крупным компаниями, банкам и денежному обороту.

Далее рассмотрим эмотив «fear» и приведем примеры его употребления в разные годы.

⁵⁴ Jones A. Lloyds expects lower income in 2012 ever

⁵⁵ Sahadi J. Deficit for 2017 hits \$666 billion

⁵⁶ Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever

2012: «In addition, family members of two black England players chose not to travel to the competition for **fear** of being subjected to racism».⁵⁷

2017: «By flexing China's fledgling overseas military muscle beyond its borders, he is stoking tension and **fear** in Asia».⁵⁸

2022: «As the sun rose over Tularosa, New Mexico, on July 16, 1945, Henry Herrera helped his father fill their truck's radiator. Suddenly, a blinding flash overtook the dawn light. A roaring boom followed, striking **fear** into Henry and his family. Elsewhere in Tularosa, some were knocked back from their breakfast tables. Others pulled out rosaries to pray».⁵⁹

Таким образом, можно заметить, что в статьях, где чаще всего употребляется данный эмотив, затрагиваются серьезные и волнующие темы, такие как расизм, вооруженные конфликты и природным катаклизмы. Все это с давних времен вызывает в людях страх за свою жизнь.

Наконец, проанализируем использование эмотива «surprise» в статьях и приведем примеры.

2012: «Anyway, ABN Amro compared countries' footballing pedigree with their credit-rating, and (**surprise**) concluded Germany would lift the trophy on July 1».⁶⁰

2017: «In news that should come as little **surprise** to global air travelers, Singapore's done it again. For the fifth year in a row the city-state's Changi Airport has been named "world's best airport" at the annual Skytrax World Airport Awards».⁶¹

2022: «The discovery of the ghost fossils was a complete **surprise**," said study author Sam Slater, researcher at the Swedish Museum of Natural History in Stockholm».⁶²

Итак, согласно примерам, приведенным выше, чаще всего вызывали

⁵⁷ Newsroom T. UEFA launches Euro 2012 racism investigations

⁵⁸ Robertson N. 2017: the year we all moved a little further apart

⁵⁹ Lujan B.R. Opinion: Families suffered from America's nuclear testing. They still need help

⁶⁰ Lister T. Euro 2012 to euro crisis: 'Beautiful game' mimics eurozone

⁶¹ Cripps K. World's best airports for 2017 revealed

⁶² Strickland A. Scientists discover 'ghost' fossils beneath a microscope

удивление такие события как соревновательные игры, где зачастую победителем оказывается не та команда, которая ожидалась, что и вызывает такое чувство. Также людей могли поражать какие-либо открытия или же выдающиеся архитектурные строения.

Таким образом, исходя из данных, полученных в ходе анализа статей, можно сделать вывод о том, что эмотивы, отражающие эмоции интереса, страха и удивления, употреблялись примерно равное количество раз ежегодно в течение 15 лет, а также путем подробного изучения примеров использования данных эмотивов удалось определить, что и темы, затрагиваемые авторами, также не сильно менялись.

2.4 Эмотивы в материалах рубрики «BUSINESS»

В этом разделе работы будет рассмотрено использование эмотивов в материалах новостного сайта *CNN* в рубрике «Business». Данная рубрика – вторая по частотности использования авторами эмотивов, что определило выбор бизнес-новостей в качестве материала исследования.

Для начала выделим особенности данного раздела и его тематику.

Итак, раздел «Business» на сайте *CNN* предлагает актуальную информацию о ключевых экономических и финансовых событиях, о динамике рынков, а также советы и рекомендации по ведению бизнеса и инвестированию. Один из ключевых аспектов содержимого данного раздела – это обзор новостей о технологической сфере, а также тенденциях в ней.

Редакторы сайта не только отслеживают появление новых технологий, но и анализируют их эффективность, оценивают перспективы внедрения в бизнес-процессы и дают рекомендации по использованию таких инновационных предложений. Например, в этом разделе размещены статьи, в которых речь идет о состоянии и перспективах мировой и национальной экономики, о тенденциях в финансовой сфере и бизнесе, а также о постоянных изменениях в налоговой и законодательной сфере.

Методом сплошной выборки за 10 дней было обнаружено, что в среднем в разделе «Business» появляется по 15 статей в день. Вся информация на

сайте CNN в разделе «Business» представлена в удобной и доступной форме, данные получают из таких источников, как *Financial Times*, *Bloomberg*, *New York Times*, *Businessweek* и другие издания деловой направленности. Это рубрика для тех, кто занимается бизнесом и деятельностью в финансовой сфере, но он также подходит и для тех, кто просто интересуется мировой экономикой и ее событиями.

В целом, раздел «Business» на сайте CNN содержит актуальную информацию, которая помогает людям улучшить свою финансовую грамотность, инвестиционную стратегию и просто быть в курсе событий бизнес-мира.

Что же касается эмотивов, то они могут использоваться для создания эмоциональной связи с читателями и усиления воздействия информации. Мировые события также могут оказывать значительное влияние на авторов статей в деловой сфере. Например, на тональность статей в бизнес-статьях.

Так, события, происходящие в мире, напрямую связанные с проблемами глобального масштаба, могут вызвать у авторов повышенное эмоциональное волнение, что в свою очередь может отразиться на характере текста. Например, авторы могут использовать больше эмотивов, образов и аналогий, чтобы донести эмоциональность новых событий до своих читателей. Именно поэтому такая важная тема требует тщательного изучения.

Итак, для начала определим частотность использования каждого эмотива в деловой сфере. Это позволит нам понять, распространены ли эмотивы в деловой сфере и какие эмотивы используются чаще других. Ниже в таблице 6 представлены результаты исследования.

Таблица 6

Эмотив	Частотность
Interest	9216
Fear	4562
Surprise	1901
Anger	453
Enjoyment	420
Shame	174

Guilt	88
Contempt	69
Sadness	63
Disgust	21

Итак, согласно данным, полученным путем автоматизированного поиска по ключевым словам, было выявлено, что в рубрике «Business» все также чаще всего употребляются такие эмотивы, как «interest», «fear», «surprise», «anger» и «enjoyment».

Как видно из приведенных данных, на первом месте по частотности находится слово «interest», которое, как было показано в предыдущем разделе работы, обозначает не только эмоции, но и процентные ставки, что обуславливает необходимость использования данной лексической единицы в материалах рубрики «Business».

На втором месте по частотности, так же находится эмотив «fear», что может свидетельствовать об опасениях всех участников данной сферы деятельности, как будут развиваться события или каково состояние рынка в момент публикации.

Рассмотрим ряд примеров, иллюстрирующих использование данных эмотивов в статьях CNN.

Начнем со слова «interest». Путем анализа статей было выявлено, что наиболее часто данная лексическая единица употребляется в составе словосочетания «interest rate», то есть не является эмотивом. Рассмотрим ряд примеров, подтверждающих это:

4) When the pandemic hit the United States, The Fed unleashed a flood of easy money while cutting **interest rates** to near zero to prevent an economic collapse.⁶³

5) Rising food and energy prices pushed India's annual retail inflation near an eight-year high in April, strengthening expectations that the central bank

⁶³ Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever.

would raise **interest rates** more aggressively.⁶⁴

6) Worries about an economic slowdown are running wild on Wall Street. Despite concerns about inflation, higher **interest rates** from the Federal Reserve, supply chain issues and geopolitical turmoil due to Russia's invasion of Ukraine and Covid outbreaks in China, American consumers continue to do what they do best: shop until they drop.⁶⁵

7) Their opinions are taken very seriously by financial markets,” White said of the big three agencies. Entities with lower ratings generally must pay higher **interest rates** when borrowing money⁶⁶.

8) The Fed raised **interest rates** by a quarter of a percentage point in May, raising the overnight borrowing level for banks to its highest level in 16 years.⁶⁷

9) But M&A activity has dried up over the past year as dealmakers contended with rising **interest rates** and fear of a recession — investment banking powerhouses Goldman Sachs (GS) and Morgan Stanley (MS) both reported substantial drops in revenue and profit at the end of last year.⁶⁸

Однако в тех случаях, когда речь идет о заинтересованности инвесторов в своей потенциальной прибыли от какой-либо перспективной идеи или простых граждан, для которых какое-то событие поспособствовало экономии денежных средств, слово является ЭМОТИВОМ.

В примерах ниже хорошо проиллюстрированы случаи использования ЭМОТИВА «interest».

1) Target, one of the largest retailers in the country, was selling Pride-themed merchandise to customers who wanted to buy them. It’s capitalism and ultimately a business decision in the **interest** of enriching Target’s shareholders.⁶⁹

2) President Donald Trump has expressed an **interest** in buying Green-

⁶⁴ Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever.

⁶⁵ Там же.

⁶⁶ Delouya S. Credit ratings agencies like Moody’s decide the US credit rating. Here’s what you need to know about them.

⁶⁷ Goodkind N. The banking crisis has gone quiet but it isn’t over.

⁶⁸ Goodkind N. Debt ceiling woes could kill dealmaking on Wall Street.

⁶⁹ Meyersohn N. Target is being held hostage by an anti-LGBTQ campaign.

land, an autonomous Danish territory. But is it even for sale and would the United States want it?⁷⁰

3) As gas prices rose in the the first three months of 2022, **interest** among car shoppers in hybrid and electric cars rose right along with it. That's not too surprising, since so-called "electrified" cars cost less to fuel than gasoline-only cars.⁷¹

4) Stocks: Europe draws **interest**. U.S. stocks were poised to open higher Tuesday, as investors hope to hear some good news out of Greece this week.⁷²

Таким образом, можно понять, что слово «interest» в деловой сфере употребляется часто как термин – в среднем в одной из пяти статей. В остальных случаях «interest» означает эмоцию.

Следующий эмотив, который предстоит рассмотреть – это эмотив «fear». Он также употребляется в нескольких вариантах. В одном из них данный эмотив употребляется для того, чтобы передать опасения экономистов, инвесторов и трейдеров, которые могут потерять свои деньги из-за невыгодной ситуации на рынке. Рассмотрим этот случай поподробнее на примерах, представленных ниже.

1) In contrast to China, where economists **fear** there won't be enough workers to support the growing number of elderly, in India the concern is there aren't enough jobs to support the growing number of workers.⁷³

2) German union IG Metall said the revelations were "disturbing" and called on Tesla to inform employees about all data protection violations and promote a culture in which staff could raise problems and grievances openly and without **fear**.⁷⁴

3) But M&A activity has dried up over the past year as dealmakers contended with rising interest rates and **fear** of a recession — investment banking

⁷⁰ What you should know about Trump's interest in Greenland?

⁷¹ Valdes-Dapena P. Gas prices are falling. So is interest in electric cars.

⁷² Stocks: Europe draws interest.

⁷³ Subramaniam T. Too few jobs, too many workers and 'no plan B': The time bomb hidden in India's 'economic miracle'

⁷⁴ Dutch watchdog looking into alleged Tesla data breach.

powerhouses Goldman Sachs (GS) and Morgan Stanley (MS) both reported substantial drops in revenue and profit at the end of last year.⁷⁵

4) Last month's collapse of Silicon Valley Bank and Signature Bank roiled markets and spread **fear** through the economy of a possible wider banking crisis.⁷⁶

5) Many economists and investors **fear** the Fed's aggressive actions, which have included seven-straight jumbo rate hikes, could throw the economy into a recession. But so far, the labor market appears impervious.⁷⁷

Эмотив «fear» также употребляется, когда речь идет о страхе людей потерять свою работу из-за таких причин, как финансовый кризис, безработица или болезнь:

1) What shocked him most, he said, was how many people told him they hid their own cancer diagnosis from their employers for **fear** of losing their job or being perceived as weak. Instead, they took vacation days for treatments or scheduled very early morning procedures so they could work the same day, Sadoun told CNN.⁷⁸

2) Americans are on edge. Many CNN readers responded to a recent survey about their economic worries. Over and over, people said they were **fearful** of losing a job, of a health problem that would drain their savings, of wages that aren't growing and of diminished prospects for their children.⁷⁹

3) Friday's gloomy jobs report raises **fears** that the United States will begin to shed jobs on a monthly basis before vaccines are widely available. That hasn't happened since April.⁸⁰

Так, на основе проанализированной информации, можно сделать вывод о том, что эмотив «fear» употребляется не так часто, как эмотив «interest», то есть в среднем одна из 52 статей содержит данный эмотив.

⁷⁵ Goodkind N. Debt ceiling woes could kill dealmaking on Wall Street.

⁷⁶ Goodkind N. US inflation just reached an inflection point

⁷⁷ Wallace A. Weekly jobless claims fall to lowest level since September.

⁷⁸ Sahadi J. A lot of people hide their cancer diagnosis from their bosses. These companies aim to change that

⁷⁹ Long H. Americans fear a life of 'dead-end crap jobs with crap wages'.

⁸⁰ Egan M. Here we go again: The US could start losing jobs very soon.

Третьим по популярности является эмотив «surprise». В ходе исследования было установлено, что у данного эмотива есть два значения, коорые реализуются в контексте публикаций. Рассмотрим их в примерах ниже.

В первом случае эмотив употребляется для того, чтобы показать удивительный и неожиданный успех компаний на финансовом рынке.

1) A key gauge of China's small- and medium-sized factories showed their **surprise** return to expansion last month, which eased market anxiety about growth stalling in the world's second largest economy.⁸¹

2) Abercrombie beat analysts' estimates, reported a **surprise** profit and boosted its outlook for the full year. The numbers show that despite growing economic uncertainty, the US consumer is willing to spend money on discretionary items like acid-washed jeans and polo shirts.⁸²

В другом случае эмотив «surprise» употребляется в противоположном смысле, чтобы показать реакцию на события, которые уже предсказывались аналитиками и положением дел на финансовом рынке, а следовательно, не являлись удивительными для людей. Обычно для того, чтобы подчеркнуть эту реакцию употребляются такие слова, как «difficult to» и «no», как в примерах ниже.

3) Although the company didn't reveal specs for the Pixel Fold, it's become increasingly common for companies to show off products leading up to their own events in an effort to drum up excitement and set expectations at a time when it's difficult to **surprise** onlookers with something unexpected.⁸³

4) Add to that the fact that, compared to most car models, the Model S and X are well past retirement age and it's no **surprise** they make up such a small portion of Tesla's annual sales, about 5% last year.⁸⁴

Таким образом можно понять, что особенностью эмотива «surprise» является то, что он может употребляться как в положительном ключе, так и в

⁸¹ He L. China's small and medium-sized factories post surprise growth, easing market anxiety.

⁸² Goodking N. Abercrombie & Fitch shares rise 30% on stellar earnings report.

⁸³ Kelly S. M. This is Google's new folding phone.

⁸⁴ Valdes-Dapena P. Why Tesla keeps making the Model S and X even as sales dwindle.

отрицательном. У этого эмотива примерно одинаковая частотность употребления, как и у эмотива «fear» – один раз на 52 статьи.

Итак, на основе вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что часто эмоции и ощущения не являются главной темой для публикаций в разделе «Business», который сконцентрирован на предоставлении полезной и актуальной информации для бизнесменов и инвесторов. Вместо этого, статьи в данном разделе обычно ориентированы на анализ экономических и финансовых трендов, разработку стратегий, управление ресурсами и предоставление действенных рекомендаций для различных бизнес-задач. Однако иногда в текстах могут быть использованы эмотивы, которые описывают эмоциональное состояние рынка и деловой сферы, такие как «interest», «fear», «surprise», «anger» или «enjoyment». Они как раз таки помогают лучше передать настроения рынка и людей, вовлеченных в деловую сферу и показать, насколько значимы события, о которых идет речь в статьях.

Во второй главе работы были рассмотрены примеры использования эмотивов в статьях сайта CNN. В первой части был проведен общий анализ эмотивов, использованных в текстах статей. Особое внимание уделено публицистическому жанру, в котором большое количество эмотивов используется с целью передачи настроения новости и оказания влияния на читателя.

В данной главе был проведен анализ базовых эмоций и их определений в толковом словаре. Затем была проведена сплошная выборка, для выявления эмотивов, которые наиболее полно выражают базовые эмоции. Результаты этого анализа могут быть разделены на две группы: эмотивы с положительной и отрицательной коннотацией.

Далее был проведен анализ статей на интернет-ресурсе CNN, чтобы определить, какие эмотивы наиболее часто используются в статьях. В результате автоматизированного поиска было установлено, что наиболее часто употребляемыми эмотивами являются "interest", "fear" и "surprise".

Приведены примеры использования данных эмотивов в различных рубриках в 5 статьях. Таким образом, был сделан вывод о том, что эмотивы иг-

рают важную роль в публицистической журналистике и оказывают большое влияние на восприятие информации читателями.

Во второй части второй главы было рассмотрено использование самых частотных эмотивов «fear», «interest», «surprise» на примерах 14 статей. Был сделан вывод о том, что каждый эмотив имеет конкретное значение в контексте статьи, в зависимости от намерения, которое хочет передать автор. Например, эмотив "interest" может быть использовано в новостной статье о стиле, чтобы выразить интерес к новой дизайнерской коллекции или одежде. Или же в статьях о путешествиях и туризме он может быть использован для выражения искреннего интереса к туристическим и культурным особенностям другой страны.

В третьем разделе были рассмотрены наиболее частотные эмотивы «interest», «fear» и «surprise» с целью определения сходств и различий в частотности употребления данных эмотивов в динамике на примере 8 статей. На основании данных, полученных в результате анализа статей, можно сделать вывод, что эмотивы, отражающие чувства интереса, страха и удивления, использовались примерно в одинаковом количестве каждый год на протяжении 15 лет, а при детальном анализе использования этих эмотивов видно, что темы, затрагиваемые авторами, практически не изменились.

В четвертом разделе было проанализировано использование эмотивов в материалах раздела «BUSINESS» новостного сайта CNN. Этот раздел является вторым по частоте использования эмотивов авторами, что стало определяющим фактором при выборе деловых новостей в качестве материала для исследования. Методом сплошной выборки за 10 дней было обнаружено, что в среднем в разделе «Business» появляется по 15 статей в день. Далее на примере 21 статьи были рассмотрены наиболее часто используемые эмотивы, таких как такие как «interest», «fear», «surprise», «anger» или «enjoyment». Так, был сделан вывод о том, что эмоции и мнения вряд ли станут главными темами публикаций в бизнес-разделе, ориентированном на предоставление полезной и актуальной информации для деловых людей и инвесторов. Вместо

этого статьи данного раздела обычно сосредоточены на анализе экономических и финансовых тенденций, разработке стратегий, управлении ресурсами и предоставлении действенных рекомендаций по различным вопросам бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог всему выше сказанному, можно сделать вывод о том, что эмотивные средства языка очень актуальны в лингвистической среде. Многие исследователи изучают феномен эмоций с точки зрения языковедения, создают разные классификации эмотивных средств языка.

Среди тех, кто изучал и изучает эмотиологию (дисциплину, рассматривающих эмоции с точки зрения лингвистики), можно назвать таких лингвистов, как В.И. Шаховский, Е.М. Галкина-Федорук, Л.Л. Нелюбина, Л.Г. Бабенко, С.В. Маслечкина, А.И. Полевая, М.П. Козьма, И.Н. Кручинина и другие авторы.

В ходе исследования нам удалось выяснить, что эмоции как явление имеют сложную структуру, из-за чего их непросто выразить с помощью языковых средств. В то же время их сложная сущность порождает множество споров среди лингвистов. Одним из вопросов конфронтации является вопрос о понятиях «эмоциональность» и «экспрессивность». Часть исследователей выступают за то, что эти понятия неразделимы; другая же часть исследователей, напротив, говорит о неоднородности и различии этих понятий.

Еще одним неоднозначным вопросом является выбор подхода к выражению эмоций. Лингвистическое сообщество в основном делится на два лагеря: одни выступают за смысловой подход, другие склоняются к метафорическому подходу. Суть первого подхода заключается в том, что эмоции описываются через призму пережитой ранее похожей ситуации. Метафорический подход заключается в уподоблении эмоций предметам из реального, материального мира.

Также были проанализированы разные подходы таких ученых, как П. Экман, Р. Плутчик, К. Изард и др. к изучению базовых эмоций. В своих работах они выделяли разное количество базовых эмоций, от двух до 18 и давали разные определения базовым эмоциям. Самой популярной и наиболее интересной для исследователей оказалась теория К. Изарда, где он выделил 10 ба-

зовых человеческих эмоций, среди которых интерес, радость, удивление, горе, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и вина.

Первая часть второй главы нашей работы посвящена анализу представленных выше базовых эмоций по К. Изарду, поиску определений в толковом словаре и рассмотрению различных примеров использования данных эмотивов в материалах публицистического стиля, в частности, новостных статьях интернет-ресурса CNN. Итак, в ходе исследования выяснилось, что базовые эмоции можно разделить на эмоции с положительной окраской, такие как *interest*, *enjoyment* и *surprise*, и на эмоции с отрицательной окраской, такие как *sadness*, *anger*, *disgust*, *contempt*, *fear*, *shame* и *guilt*. Также были выявлены наиболее часто используемые эмотивы, выражающие эмоции интереса, страха и удивления.

Вторая часть второй главы посвящена более подробному анализу эмотивов, выделенных в первой части. Так, удалось обнаружить, что чаще всего эмотивы употреблялись в разделе с новостями и могли иметь различную окраску и смысл, в зависимости от намерений автора. Например, эмотив “*interest*” может обозначать как заинтересованность в собственной прибыли, так и естественный интерес к чему-то новому. А эмотив “*fear*” может быть использован как для того, чтобы передать страх перед неизвестностью и неопределенностью, так и для передачи данной эмоции, которая возникает при угрозе жизни и здоровью. И наконец эмотив “*surprise*” может иметь как положительное, так и отрицательное значение, в зависимости от того, какую мысль хочет донести автор.

Третья часть второй главы посвящена исследованию того, как соотносились наиболее частотно используемые эмотивы в период с 2012 по 2022 год, какой смысл в них вкладывали авторы в разное время и в каких новостных статьях были использованы данные эмотивы. Так, особых изменений выявлено не было, ни в частотности, ни в коннотации. Было выявлено предположение о связи неизменности использования эмотивов с течением времени с их универсальной базовой природой происхождения.

Третья глава посвящена анализу использования эмотивов, рассмотренных во второй главе. В этой главе использование эмотивов рассматривается в более узком ключе, а именно на примере рубрики «Business» новостного портала CNN. Таким образом были выявлены наиболее часто используемые эмотивы, такие как «enjoyment», «interest», «fear», «surprise» и «anger». Эти эмотивы также были рассмотрены на конкретных новостных статьях и на основе их анализа был сделан вывод о том, что эмотивы с отрицательным смыслом используются так же часто, как и эмотивы с положительной коннотацией. Это говорит о том, что деловая сфера очень динамична и в бизнесе, как и в других сферах, велико влияние человеческого фактора и события, происходящие в мире и влияющие на людей, также влияют и на деловую сферу, в которую входят как сами бизнесмены, так и авторы новостных статей. В целом, был сделан вывод о том, что эмотивная лексика играет важную роль в создании эмоционального воздействия на читателей и может использоваться в бизнес-статьях, чтобы привлечь внимание и повысить интерес. Каждый эмоциональный компонент имеет свой собственный контекст использования, и авторы используют их в зависимости от цели статьи.

Таким образом, отражение эмоций в языке возможно с помощью различных лексических, синтаксических и фонетических средств. В разных языках будут выделяться разные эмотивные средства. А проведенный анализ эмотивов, чаще всего использующихся в статьях, показывает какую большую роль они играют в языке и как их многогранность позволяет делать язык интереснее и разнообразнее. Кроме того, с изменением общества меняется и язык, поэтому данная тема не теряет своей актуальности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

НАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Алдиева М. Ш. Лингвистические средства выражения эмоций в английском языке / М. Ш. Алдиева // Известия Чеченского государственного университета. – 2019. – № 4. – С. 132-136.
- 2 Алиева А. К. Эмотивные наименования современной женской моды на русском языке / А. К. Алиева, Э. М. Удиева // Молодой ученый. - 2020. - №12. - С. 179-181.
- 3 Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания – 1995. – № 1. – С. 37-65.
- 4 Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка: Избранное 1988-1995 / Н.Д. Арутюнова. – М. : Индрик, 2003. – 695 с.
- 5 Бабенко Л. Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке / Л.Г. Бабенко. – Свердловск: Издательство Уральского ун-та, 1989. – 184 с.
- 6 Бактимирова А. Н. Изучение понятия лексической эмотивной окраски в русском языке / А. Н. Бактимирова // Филологические науки в МГЛУ. - 2019. - №2(80). - С. 7-11.
- 7 Барышникова Г.В. Синтаксические средства имплицитного выражения эмоций в языке / Г.В. Барышникова // Лингвистика и лингводидактика: вопросы теории и практики (апробация результатов исследований ученых волгоградских вузов). Волгоград, 29 сентября 2017 года. Материалы региональной межвузовской научной конференции. 2017. – Волгоград : Изд-во Волгоградского института управления, 2017. – С. 6-9.
- 8 Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций : дис. ... канд. Филол. наук : 10.02.19 / Е.Ф. Болдарева ; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2002. – 160 с.

- 9 Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русское слово, 1996. – 411 с.
- 10 Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики / В.В. Виноградов // Вопросы языкознания. – 1955. – № 1. – С. 418-435.
- 11 Волкова А.Е. Проблема выражения эмоций в языке и художественных текстах / А.Е. Волкова // Молодой ученый – 2021. – № 16. – С. 129-131.
- 12 Галкина-Федорук Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке / Е.М. Галкина-Федорук. – М. : МГУ, 1958. – 321 с.
- 13 Денисова Т.В. Междометия как средство выражения эмоций в чувашском языке / Т.В. Денисова // Национальные языки и литературы в условиях би- и полилингвизма. Всероссийская научно-практическая конференция «Национальные языки и литературы в условиях би- и полилингвизма». Чебоксары, 04 июня 2019 года. – Чебоксары : Изд-во Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева, 2019. – С. 61-67.
- 14 Зиядинова Д. А. Эмотивность в политическом дискурсе // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия: Филология. История. 2020. № 1. С. 10-15.
- 15 Изард К. Психология эмоций / К. Изард. – СПб.: «Питер», 1999. – 464 с.
- 16 Изард К. Эмоции человека / К. Изард. – Москва : Директ-Медиа, 2008. – 954 с.
- 17 Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин – СПб.: «Питер», 2001. – 749 с.
- 18 Ионова С.В. Смешанные эмоции: к вопросу о лингвистической репрезентации и метаязыке описания / С.В. Ионова // Вопросы психолингвистики. – 2019. – № 40. – С. 63-81.
- 19 Калимуллина Л. А. О тенденциях семантической эволюции эмотивной лексики и фразеологии русского языка / Л.А. Калимуллина // Вестник Башкирского университета. – 2005. – № 3. – С. 53-55.

- 20 Козьма М. П., Чернышова, Е. А. Вербальные и невербальные лингвистические средства выражения эмотивности в английском языке / М.П. Козьма, Е.А. Чернышова // Филологический аспект. – 2020. – № 3. – С. 48-56.
- 21 Колобкова Н.Н. Выражение эмоций в современном английском языке (на примере эмоций гнева и восторга) / Н.Н. Колобкова // Становление и развитие новой парадигмы инновационной науки в условиях современного общества. Сб. статей Междунар. Научно-практ. Конференции 5 июня 2018 г. – Уфа : Изд-во : научно-издательский центр «Аэтерна», 2018. – С. 110-112.
- 22 Колпакова Л. В. Лексические средства репрезентации эмоций (гендерный аспект) / Л.В. Колпакова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2016. – № 7. – С. 96-99.
- 23 Кручинина И. Н. Междометия // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой / И.Н. Кручинина. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 688 с.
- 24 Кузьминова А. А. Особенности лексических эмотивов в русском и английском языках / А. А. Кузьминова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. - 2019. - №1. - С. 54-60.
- 25 Маланина Н.И. Функции лексической эмотивной окраски в русском языке / Н. И. Маланина // Научная мысль Кавказа. - 2019. - №1(185). - С. 32-35.
- 26 Маслечкина С. В. Выражение эмоций в языке и речи / С.В. Маслечкина // Вестник Брянского государственного университета. – 2015. – №3 . – С. 231-236.
- 27 Мухаметшина В.В. Эмоциональная и эмотивная компетентность личности: язык эмоций и эмоции в языке / Мухаметшина В.В. // NOVAINFO.RU. – 2018. – № 94. – С. 187-192.
- 28 Нелюбин Л.Л. / Л.Л. Нелюбин // Очерки по введению в языкознание. – М. : МГОУ, 2005. – 215 с.
- 29 Николаева Ю.В. Эмотивное содержание лексем: оценка и экспликация / Ю. В. Николаева // Научный вестник Российского государственного

гуманитарного университета. - 2019. - №2. - С. 47-53.

30 Петрова Л. Н. Языковые средства выражения эмоций в английском языке / Л.Н. Петрова // Научный диалог. – 2017. – № 6. – С. 72-80.

31 Полевая А. И. Проблема отражения эмоций в языке / А.И. Полевая // Сборник конференций НИЦ Социосфера. – 2013. – № 17. – С. 84-86.

32 Пчелинцева Е.Л. Дифференциация лексических эмотивов в русском языке / Е. Л. Пчелинцева // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2019. – № 2(50). – С. 183-186.

33 Соболева Е. А. Способы выражения эмоций в английском языке / Е.А. Соболева // Вестник науки. – 2018. – № 8. – С. 106-108.

34 Тарасова О.Д. Основные направления исследования эмоций в лингвистике / О.Д. Тарасова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. – 2015. – № 3. – С. 38-45.

35 Усачева О. А. Средства выражения интенсивности эмоций в современном русском языке / О.А. Усачева // Язык и культура. – 2016. – № 6. – С. 48-52.

36 Финкель, А.М., Баженов, Н.М. Современный русский литературный язык /А.М.Финкель, Н.М.Баженов – Киев: Радянська школа, 1951. – 540 с.

37 Хусова Д.Е. Семантико-прагматические особенности эмотивов в современном тюркском языке / Д.Е. Хусова // Молодой ученый. - 2019. - №6. - С. 284-288.

38 Шаховский В. И. Эмоция как объект исследования в лингвистике / В.И. Шаховский // Вопросы психолингвистики. – 2009. – № 9. – С. 29-42.

39 Шаховский В.И. Обоснование лингвистической теории эмоций / Шаховский В.И. // Вопросы психолингвистики. – 2019. – № 39. – С. 22-37.

40 Шевчук Е. А., Зимовец Н. В. К вопросу отражения эмоций в английском языке // Гуманитарные научные исследования. 2019. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2019/12/26288> (дата обращения: 17.01.2022).

41 Шаховский, В. И. Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии : учеб. пособие по дисциплинам по выбору «Язык и эмоции» и «Лингвокультурология эмоций» для студ., магистрантов и асп. Ин-та иностр. яз. Волгогр. гос. пед. ун-та / В. И. Шаховский. – Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 170 с.

42 Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. / П. Экман // Санкт-Петербург. – Питер. – 2015. – 333 с.

43 Dirven R. Emotions as cause and the cause of emotions // The Language of Emotions. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1997. – P. 55-86.

44 Edmondson W. Affect and Language Development // Tubungen: Niemeier, 1992. p. 32.

45 Heller A.A. Theory of Emotions // Assen, 1979. p. 147.

46 Plutchik R. The Nature of Emotions // American scientist. – 2001. – V. 89. – P. 344-350

47 Russell J. A. Culture and the Categorization of Emotions // Psychological Bulletin. – 1991. – V. 110. – P. 426-450.

СЛОВАРИ

48 Webster N. The Merriam-Webster Dictionary // Merriam-Webster. – 1998. – P. 720.

ИСТОЧНИКИ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

/20/cars/mclaren-gt-car-review/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

023)

023)

023/05/02/business/why-tesla-keeps-making-model-s-x/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

17-the-year-of-shifting-power-robertson-opinion/index.html (Дата обращения: 24.05.2022).

20/07/29/cars/lamborghini-scv12/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

24/investing/abercrombie--fitch-earnings/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

3/31/economy/china-pension-protests-aging-society-intl-hnk/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

3/world/total-lunar-eclipse-may-2022-scn/index.html (Дата обращения: 18.05.2022).

1 Buckley J. The Italian place where you don't eat 'Italian' food. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/travel/article/lake-trasimeno-umbria-food/index.html> (Дата обращения: 19.05.2022).

2 Cripps K. World's best airports for 2017 revealed // CNN. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-best-airports/index.html> (Дата обращения: 23.05.2022).

3 Delouya S. Credit ratings agencies like Moody's decide the US credit rating. Here's what you need to know about them // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/27/economy/credit-rating-companies-explainer/index.html?ref=upstract.com> (Дата обращения: 20.05.2023)

4 Dutch watchdog looking into alleged Tesla data breach // CNN. 2023.

[Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/26/tech/dutch-watchdog-tesla-alleged-data-breach/index.html> (Дата обращения: 20.05.2023)

[economy/donald-trump-bernie-sanders-us-election/index.html](https://edition.cnn.com/2023/05/26/economy/donald-trump-bernie-sanders-us-election/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

5 Egan M. Here we go again: The US could start losing jobs very soon // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2020/12/4/econo>

[emarket-stocks-trading/index.html](https://edition.cnn.com/2020/12/4/economy/emarket-stocks-trading/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

[ess/europe-football-economy-lister/index.html](https://edition.cnn.com/2022/05/23/europe-football-economy-lister/index.html) (Дата обращения: 23.05.2022).

[ess/ev-hybrid-shopping-gas-prices/index.html](https://edition.cnn.com/2023/05/20/ev-hybrid-shopping-gas-prices/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

[et-stocks-trading/index.html](https://edition.cnn.com/2023/05/20/et-stocks-trading/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

[ficit-2017/index.html](https://edition.cnn.com/2022/05/25/ficit-2017/index.html) (Дата обращения: 25.05.2022).

[ghost-fossil-nannoplankton-scn/index.html](https://edition.cnn.com/2022/05/19/ghost-fossil-nannoplankton-scn/index.html) (Дата обращения: 19.05.2022).

6 Goodkind N. Debt ceiling woes could kill dealmaking on Wall Street // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2023/05/22/inves>

7 Goodkind N. The banking crisis has gone quiet but it isn't over // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2023/05/31/investing/pr>

8 Goodkind N. US inflation just reached an inflection point // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2023/04/13/investing/premark>

9 Goodking N. Abercrombie & Fitch shares rise 30% on stellar earnings report // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2023/05/>

10 Greenwood D. Suspiria: Fashion and fear converge in 2018's most stylish horror film // CNN. 2018. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/style/article/suspiria-costume-designs/index.html> (Дата обращения: 24.05.2023)

11 Hare B. 5 tech tips for enjoying the Super Bowl // CNN. 2013. [Элек-

тронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2013/01/31/tech/web/super-bowl-tech-tips/index.html> (Дата обращения: 22.05.2023)

12 He L. China's small and medium-sized factories post surprise growth, easing market anxiety // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cn>

13 He L. Chinese cities are so broke, they're cutting medical benefits for seniors // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/0>

14 He L. Elon Musk vows to look into reports of 'unfair' bonus cuts at Tesla's Shanghai factory // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/04/17/tech/china-tesla-workers-protest-bonus-cuts-intl-hnk/index.html> (Дата обращения: 22.05.2023)

15 Horowitz J. Pakistan's political crisis will deepen its economic misery // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/12/economics/target-lgbtq-merchandise-pressure-trans/index.html> (Дата обращения: 20.05.2023)

16 Jones A. Lloyds expects lower income in 2012 ever // CNN. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/2012/02/24/business/uk-lloyds-loss/index.html> (Дата обращения: 25.05.2022). [k-wedding-dresses/index.html](https://edition.cnn.com/2012/02/24/business/uk-wedding-dresses/index.html) (Дата обращения: 19.05.2022).

17 Karimi F. Mass shooters are increasingly attacking 'soft targets' such as supermarkets. Experts say securing them will be difficult. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/20/us/mass-shooters-soft-targets-challenges-sec/index.html> (Дата обращения: 20.05.2022).

18 Kavilanz P. Brides are pumped to wear black wedding dresses. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cnn.com/2022/05/17/business/blac](https://www.cnn.com/2022/05/17/business/black-wedding-dresses/index.html)

19 Kelly S. M. This is Google's new folding phone // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/04/tech/google-fold-flip->

phone/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

20 Korn J. Elon Musk's bumpy road to possibly owning Twitter: A timeline // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/17/tech/>

21 Lister T. Euro 2012 to euro crisis: 'Beautiful game' mimics eurozone // CNN. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/2012/06/13/busin>
[ll/euro-2012-football-racism/index.html](https://edition.cnn.com/2012/06/13/busin/euro-2012-football-racism/index.html) (Дата обращения: 24.05.2022).

22 Long H. Americans fear a life of 'dead-end crap jobs with crap wages' // CNN. 2016. [Электронный ресурс] URL : <https://money.cnn.com/2016/03/16/news/>

23 Lujan B.R. Opinion: Families suffered from America's nuclear testing. They still need help // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/12/opinions/nuclear-testing-victims-recall-lujan/index.h>

24 Marples M. A total lunar eclipse will turn the moon red. Here's how to watch // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/1>

25 Melas C. My children's picky eating is overtaking mealtime. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/13/health/picky-eaters-children-wellness/index.html> (Дата обращения: 19.05.2022).

26 Meyersohn N. Target is being held hostage by an anti-LGBTQ campaign // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/25/bus>

27 Morrow A. Jeff Bezos and Joe Biden are having the stupidest fight ever // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/17/econ>
[my/unemployment-jobs-stimulus/index.html](https://www.cnn.com/2022/05/17/econ/my/unemployment-jobs-stimulus/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

[n.cnn.com/2020/09/15/success/nissan-z-proto-sports-car/index.html](https://www.cnn.com/2020/09/15/success/nissan-z-proto-sports-car/index.html) (Дата обра-

щения: 22.05.2023)

n.com/2023/06/01/economy/china-caixin-pmi-may-intl-hnk/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

na-muddy-waters/index.html (Дата обращения: 22.05.2023)

28 Newsroom T. UEFA launches Euro 2012 racism investigations // CNN. 2012. [Электронный ресурс]. URL:

<https://edition.cnn.com/2012/06/12/sport/footba>

<ng/luna-terra-losses-crypto-traders/index.html> (Дата обращения: 19.05.2022).

<ому/bezos-biden-twitter-inflation-feud/index.html> (Дата обращения: 18.05.2022).

<ому/pakistan-political-crisis-economy-default/index.html> (Дата обращения: 22.05.2

<ому/weekly-jobless-claims-december-31/index.html> (Дата обращения: 20.05.2023)

<onald-trump-greenland-fred-pleitgen-lon-orig-kk-dbl.cnn> (Дата обращения: 20.05.2

29 Rabinovitch S., Hughes J. China investor anger at mud-slinging // CNN. 2012. [Электронный ресурс] URL :

<https://edition.cnn.com/2012/12/14/business/chi>

<ravel/article/worlds-longest-suspension-footbridge-czech-republic/index.html> (Дата обращения: 19.05.2022).

30 Robertson N. 2017: the year we all moved a little further apart // CNN. 2017. [Электронный ресурс]. URL:

<https://edition.cnn.com/2017/12/21/opinions/20>

31 Sahadi J. A lot of people hide their cancer diagnosis from their bosses. These companies aim to change that // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :

<https://www.cnn.com/2023/01/17/success/working-with-cancer-pledge-davos/index.h>

32 Sahadi J. Deficit for 2017 hits \$666 billion // CNN. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://money.cnn.com/2017/10/20/news/economy/de>

33 Sarlin J. Stablecoins were supposed to be 'stable.' Then the crash came

// CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.cnn.com/2022/05/17/investi>

34 Stocks: Europe draws interest // CNN. 2023. [Электронный ресурс]
URL : <https://money.cnn.com/2012/08/21/investing/premarkets/index.html> (Дата обращения: 20.05.2023)

35 Street F. Spectacular world's longest suspension footbridge opens in Czech Republic // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.cnn.com/t>

36 Strickland A. Scientists discover 'ghost' fossils beneath a microscope. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.cnn.com/2022/05/19/world/>

37 Subramaniam T. Too few jobs, too many workers and 'no plan B': The time bomb hidden in India's 'economic miracle' // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/05/27/economy/india-economic-miracle-issues-youth-intl-hnk-dst/index.html> (Дата обращения: 20.05.2023)

38 Tappe A. America added 428,000 jobs in April. // CNN. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnn.com/2022/05/06/economy/april-jobs-report/index.html> (Дата обращения: 20.05.2022)

[investing/premarket-stocks-trading/index.html](https://www.cnn.com/2022/05/06/economy/april-jobs-report/index.html) (Дата обращения: 20.05.2023)

[tml](https://www.cnn.com/2022/05/06/economy/april-jobs-report/index.html) (Дата обращения: 19.05.2022).

[tml](https://www.cnn.com/2022/05/06/economy/april-jobs-report/index.html) (Дата обращения: 20.05.

[twitter-elon-musk-timeline/index.html](https://www.cnn.com/2022/05/06/economy/april-jobs-report/index.html) (Дата обращения: 19.05.2022).

39 Valdes-Dapena P. Gas prices are falling. So is interest in electric cars // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL :
<https://edition.cnn.com/2022/08/05/busin>

40 Valdes-Dapena P. Lamborghini's new supercar isn't legal to drive on public roads // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL :
<https://edition.cnn.com/20>

41 Valdes-Dapena P. Nissan gives us an early glimpse of its first new Z sports car in over a decade // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL :

https://editio

42 Valdes-Dapena P. The McLaren GT: A \$210,000 supercar for everyday driving // CNN. 2019. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2019/12>

43 Valdes-Dapena P. Why Tesla keeps making the Model S and X even as sales dwindle // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2>

44 Vasel K. Take your vacation days before you regret it // CNN. 2020. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2020/08/18/success/taking-time-off-pandemic-work-transformed/index.html> (Дата обращения: 22.05.2023)

45 Wallace A. Weekly jobless claims fall to lowest level since September // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/01/05/econ>

46 What you should know about Trump's interest in Greenland // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/videos/business/2019/08/16/d>

47 Wiener-Bronner D. Starbucks shareholders want more information about the company's anti-union efforts // CNN. 2023. [Электронный ресурс] URL : <https://edition.cnn.com/2023/03/30/business/starbucks-shareholder-proposal-unions/index.html> (Дата обращения: 22.05.2023)

ПРИЛОЖЕНИЕ

Interest

1. Critics of the office, such as Luis Elizondo, the former head of an informal UFO review within the military that helped spark new official **interest**, have worried that the emphasis on intelligence will cut down on transparency and accountability.

2. A California family and sports medicine doctor with a deep **interest** in building community was praised as a hero after he died confronting a gunman at a church service Sunday.

3. When the pandemic hit the United States, The Fed unleashed a flood of easy money while cutting **interest rates** to near zero to prevent an economic collapse.

4. Among wedding trends heating up, sellers have noted a surge in **interest** in black bridal gowns.

5. With a strong **interest** in math and science, and that love of the water, she settled on a major in ocean engineering.

6. But the toe trend isn't strictly limited to new designs. Search **interest** for the phrase "Maison Margiela Tabi" – a split-toe "hoof" style inspired by the Japanese tabi worker sock that debuted almost 35 years ago – jumped by 66% this April, according to Google Trends.

7. NATO has what it calls an "open door policy" on new members – any European country can request to join, so long as they meet certain criteria and all existing members agree. A country does not technically "apply" to join; Article 10 of its founding treaty states that, once a nation has expressed **interest**, the existing member states "may, by unanimous agreement, invite any other European State in a position to further the principles of this Treaty ... to accede."

8. Rising food and energy prices pushed India's annual retail inflation near an eight-year high in April, strengthening expectations that the central bank would

raise **interest rates** more aggressively.

9. Worries about an economic slowdown are running wild on Wall Street. Despite concerns about inflation, higher **interest rates** from the Federal Reserve, supply chain issues and geopolitical turmoil due to Russia's invasion of Ukraine and Covid outbreaks in China, American consumers continue to do what they do best: shop until they drop.

10. It is perfectly safe to view a lunar eclipse with your naked eye, according to Petro. "That's the great thing about lunar eclipses is that you require no other gear other than a passion and **interest** in being outside and a clear horizon," Petro said.

Fear.

1. The evil did come to Buffalo and it's come to all too many places, manifested in gunmen who massacred innocent people in the name of hateful and perverse ideology, rooted in **fear** and racism. It's taken so much."

2. It's OK to be **fearful** during times of uncertainty, instability and violence, according to clinical psychologist Alexandra Solomon, a clinical assistant professor at Northwestern University and host of the "Reimagining Love" podcast. **Fear** is, she said, a perfectly normal and expected reaction to such events.

3. Critics are drawing parallels between the pattern of racist gunmen citing **fears** of a conspiracy to "replace" Whites with rhetoric pushed on Fox and by some Republican politicians.

4. Hughes said the coalition was using China to establish the connection in people's minds that "Labor equals **fear**," though he questioned the effectiveness of that strategy with an audience with only half an eye on the issues.

5. "Americans are losing hold of a fundamental right as citizens of a free country: the right to speak their minds and voice their opinions in public without **fear** of being shamed or shunned," the paper's editorial board wrote.

6. Austrian blogger Victoria Fellner visited Sky Bridge 721 earlier this week as part of a preview event, sharing photos on her Instagram account. Fellner told CNN Travel that taking her first step on the bridge gave her a "queasy feel-

ing." But this initial **fear** subsided as she admired the surrounding landscape.

7. "What happens though is when kids are saying, no, we often as parents get really concerned, like, 'Oh my gosh, they're not gonna eat. They're not gonna grow. They're gonna be sick.'... And so out of that **fear**, we do a whole bunch of things," Anderson told me.

8. "A peasant's biggest fear would be to marry their daughter to a fisherman, and the fisherman's biggest fear would be the same."

9. As the sun rose over Tularosa, New Mexico, on July 16, 1945, Henry Herrera helped his father fill their truck's radiator. Suddenly, a blinding flash overtook the dawn light. A roaring boom followed, striking **fear** into Henry and his family. Elsewhere in Tularosa, some were knocked back from their breakfast tables. Others pulled out rosaries to pray.

10. The beach near Ocean Drive has been closed and authorities will also be closing Ocean Drive in **fear** that other houses might collapse.

Surprise.

1. A board seat accepted and then rejected. A stunning \$44 billion takeover offer with uncertain financing. And a **surprise** early morning tweet putting the deal on hold, temporarily.

2. "I think no one, [including] me, ever thought it was possible to lose that much of money in a stablecoin. And I think that's the biggest **surprise**"

3. Celestine Chaney, 65, was a grandmother to six and a loving and caring person, her grandson Wayne Jones Jr. told CNN. Jones, 27, had planned to **surprise** his grandmother Sunday with flowers, perfume, a meal and some quality time together since he had to work on Mother's Day. "That's the most devastating part about it," he said. "I just wanted to do something real nice for her because I can, so I took this extra hard ... that had been my plan all week."

4. Charles has taken part in many royal tours over the decades, so perhaps it shouldn't be a **surprise** that he can tick off a visit to a Commonwealth nation as a success.

5. In recent years, mass shooters have increasingly targeted a range of ven-

ues – churches, synagogues, grocery stores, movie theaters -- that have minimal security. That's **no surprise**, experts who study violence and mass shootings say. These attackers, including the one last weekend in Buffalo, choose so-called "soft targets" where people are largely unprotected and where their bullets will have maximum impact.

6. "The discovery of the ghost fossils was a complete **surprise**," said study author Sam Slater, researcher at the Swedish Museum of Natural History in Stockholm.

7. For Agag, it was a welcome **surprise**, having experienced a far more challenging first test session for Formula E back in 2013, when the car was only able to operate on 20% of its intended battery power.

8. Venezuelan jockey Sonny Leon, in his first Kentucky Derby, rode Rich Strike to the **surprise** victory.

9. Although last month's number was larger than the 391,000 that economists had predicted, the slowdown in job growth is **no surprise**.

10. Dudley's accomplishment was marked with a **surprise** ceremony at the steakhouse where she works. Her coworkers, friends and family gathered to watch her receive a \$5,000 check and special gold chef's coat.