

Научная статья

УДК 811.111'42

## ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ТРАНСЛЯЦИИ ЭМОЦИЙ В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ВЕБИНАРА

Хутыз Ирина Павловна

Кубанский государственный университет,

Краснодар, Россия,

ir\_khoutyz@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4141-5395>

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению лексико-грамматических средств, передающих эмоции адресанта в дискурсе англоязычного обучающего вебинара, характеризующегося как виртуальный педагогический дискурс. Так как вебинар играет значимую роль в современном образовательном пространстве, определение средств, способствующих эффективной передаче знаний посредством данного жанра обучающего медиадискурса, представляется актуальной задачей. Для достижения поставленной цели был сформирован исследовательский корпус, в который вошли три обучающих вебинара общей продолжительностью 180 минут на английском языке, транслируемых компанией EF в ходе осуществления повышения квалификации преподавателей английского языка. Транскрипты указанных вебинаров были изучены с помощью методов лингвопрагматического анализа, включающего в себя и метод контекстуального анализа, а также с помощью методов классификации и систематизации. В ходе анализа было обнаружено, что категория эмотивности, передающая эмоции спикера, является неотъемлемой характеристикой дискурса вебинара. На грамматическом уровне трансляция эмоций осуществляется с помощью восклицательных и иных эмфатических конструкций, лексико-синтаксического повтора, степени сравнения имен прилагательных, вопросительных конструкций. На лексическом уровне категория эмотивности конструируется благодаря эмоционально окрашенной лексике и словам-усилителям.

Сделан вывод о том, что категория эмотивности является неотъемлемой характеристикой дискурса вебинара, направленной на то, чтобы выражать оценку спикера, удерживать внимание аудитории на информации, выстраивать диалог между говорящим и слушающими и в целом способствовать эффективной передаче знания аудитории.

**Ключевые слова:** дискурс вебинара, медиадискурс, категория эмотивности, лексико-грамматический уровень, экспрессивный синтаксис, эмоционально окрашенная лексика.

**Для цитирования:** Хутыз, И. П. (2024). Лексико-грамматические средства трансляции эмоций в дискурсе англоязычного вебинара. Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование», 3(55), 78–94.

Original article

UDC 811.111'42

## LEXICAL AND GRAMMAR MEANS OF EMOTIVITY EXPRESSION IN ENGLISH-LANGUAGE WEBINAR DISCOURSE

Irina P. Khoutyz

Kuban State University,

Krasnodar, Russia,

ir\_khoutyz@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4141-5395>

**Abstract.** The article is devoted to the study of lexico-grammar means that express addresser's emotions in the discourse of educational webinar in English. A webinar, being virtual pedagogical discourse, plays an important role in educational environment. That is why the identification of the techniques that help to transmit knowledge efficiently by means of this educational media discourse genre seems to be an important task. To achieve the aim of the study, a research corpus was compiled. The corpus included three educational webinars in English with the total duration of 180 minutes. These webinars were presented by the EF company as part of their global teacher-training program. The linguopragmatic analysis together with the context analysis as well as the methods of classification and systematization were used to analyze the transcripts of the webinars. During the investigation it was revealed that emotivity that expressed the speakers' feelings is an integral feature of the webinar discourse. At the grammar level, the emotions are transmitted with the help of exclamations and other emphatic constructions, lexico-syntactic repetition, degrees of comparison of adjectives, and questions. Emotionally charged lexis and intensifier words are the means that help to construct emotivity at the lexical level.

The conclusion is made that the discursive category of emotivity is an essential feature of the webinar discourse. It is aimed at expressing the speaker's evaluation, keeping audience's focus on the information, establishing a dialogue between the speakers and their audiences, and, on the whole, it contributes to successful knowledge exchange with the audience.

**Keywords:** webinar discourse, media discourse, emotivity, lexico-grammar level, expressive syntax, emotionally charged lexis.

**For citation:** Khoutyz, I. P. (2024). Lexical and grammar means of emotivity expression in English-language webinar discourse. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 3(55), 78–94.

### Введение: дискурс вебинара

Представителями различных научных направлений ведется активное изучение особенностей вебинара, понимаемого как эффективная форма передачи знаний в современных реалиях (Abdulsada, 2021). Значимая часть данных научных работ фокусируется именно на эффективности вебинара как формы обучения, отмечая его интерактивный и удобный

формат общения (Chetan Kumar, Rangappa, Suchitra, 2021). Лингвисты изучают вебинар как жанр медиадискурса, пытаясь определить, какие характеристики позволяют сделать его увлекательным и успешным. Понимая дискурс как динамичное пространство, охватывающее лингвистический, социальный, культурный, когнитивный контекст и связывающее индивидуальные особенности коммуникантов с внешней «жизнью определенного социума» (Манаенко, 2018, с. 20), под дискурсом вебинара мы подразумеваем: коммуникативный формат виртуально-образовательного дискурса, «представленный в виде вебинара» (Танчук, 2017, с. 82); деятельность, осуществляемую в системе жанра вебинара с целью реализации комплекса задач.

Так, А. С. Танчук определяет вебинар как «жанр виртуального педагогического дискурса, основной целью которого является трансляция и донесение знаний с помощью интерактивных медиа технологий интернет-среды» (Танчук, 2021, с. 56). Автор указывает на гибридный характер вебинара, обусловленный тем, что он совмещает в себе особенности образовательного и виртуального дискурса и реализует обучающую, воспитательную, мотивационную, а также регулирующую и контролирующую функции. Указанная многофункциональность дискурса вебинара объясняет множество возможностей его классификации, например как обучающий, педагогический мотивационный дискурс. Учитывая, что вебинар реализуется в медиaprостранстве, он одновременно является виртуальным (электронным) и медиадискурсом.

Было установлено, что лексическое наполнение вебинара разнородно, так как включает в себя профессиональную и общеупотребимую лексику, а также термины сферы ИТ. Для дискурсивной организации вебинара характерно использование маркеров смены темы, уверенности, подчеркивающих личное мнение спикера, а также противопоставлений, перифраза (Танчук, 2021).

К ведущим коммуникативным стратегиям дискурса вебинара М. Н. Крылова относит стратегии информирования, императивности, кооперации, а также стратегии аргументирования, положительной презентации, самопрезентации, завоевания авторитета и др. Вариативные элементы вебинара представлены разнообразием тактик, которые могут быть реализованы в структуре указанных коммуникативных стратегий. Так, М. Н. Крылова отмечает, что в системе стратегии завоевания авторитета может появиться тактика дискредитации чужого авторитета, а в структуре стратегии информирования формируется тактика изображения (Крылова, 2022).

Жанры обучающего медиадискурса, к которым относят вебинары, тренинги, видеоблоги и блоги и т. д., стремясь компенсировать отсутствие межличностного общения в привычной аудитории, демонстрируют использование спикерами богатого разнообразия средств, направленных на формирование чувства диалога и взаимопонимания с аудиторией. Вступая в виртуальный диалог, спикеры активно делятся собственным мнением со зрителями, выражают личную позицию относительно обсуждаемых вопросов. Подобная эмоционализация медиадискурса была отмечена рядом лингвистов (Zappettini et al., 2021),

которые пришли к выводу о том, что это ключевая особенность медиадискурса (или «медиатизация эмоций»), осуществляемая за счет «дискурсивного перехода от логоса к пафосу, когда рациональные аргументы уступают место тенденции воздействовать на чувства аудитории» (Zappettini et al., 2021, p. 604).

Поясним, что под эмоциональным дискурсом понимают дискурс, который насыщен многообразием средств, передающих чувства и эмоции. На значимость культа эмоций при конструировании современного дискурса указывают и другие исследователи. Например, О. В. Хорохордина, изучая роль эмотивной категории в нативной рекламе, отмечает, что в таком дискурсе основной становится не информирующая, а презентационная стратегия. Категория эмотивности в подобном дискурсе реализуется не за счет эмоционально окрашенной лексики, а за счет «ассоциирования, резонанса и контраста эмотивных фонов» (Хорохордина, 2021, с. 20).

Представленное исследование посвящено анализу роли эмоций в дискурсе вебинара. **Цель** статьи — выявить лексико-грамматические средства трансляции эмоций в дискурсе англоязычного вебинара. **Актуальность** исследования обусловлена значимой ролью вебинара в современном образовательном пространстве, позволяющего осуществлять эффективную передачу знаний дистанционно как в синхронном, так и в асинхронном формате. **Научная новизна** заключается в анализе категории эмотивности в дискурсе англоязычного вебинара, а также в выявлении и систематизации средств, позволяющих конструировать данную дискурсивную категорию и, как можно предположить, эффективно влияющих на передачу и усвоение информации обучающимися.

## Методология исследования

В исследовательский корпус вошли три англоязычных вебинара компании EF, занимающейся обучением английскому языку по всему миру с 1965 года<sup>1</sup>. Она имеет свои представительства в более чем 100 странах и регионах мира и является лидирующей на рынке образовательных услуг уже 59 лет. В конце 2023 года проводилось повышение квалификации для преподавателей английского языка, в ходе которого были представлены шесть обучающих вебинаров опытными преподавателями компании. Три вебинара общей продолжительностью 180 минут были взяты для анализа средств, реализующих категорию эмотивности. Это следующие вебинары (в порядке выхода в эфир): 1) Derek Hurst (Дерек Херст), Teaching younger learners; 2) Beata Schmid (Беата Шмид), Task-based teaching and learning; 3) Olesya Brazhnikova (Олеся Бражникова), Teaching English for academic purposes. Доступ к записи вебинаров имеют только те участники повышения квалификации, которые официально зарегистрировались на сайте компании EF и приняли участие в обучении.

<sup>1</sup> Who we are. URL: <https://www.ef.com/wwen/about-us/>

Для выявления средств, реализующих категорию эмотивности, мы подготовили транскрипты вебинаров. Информация была тщательно изучена с учетом контекстуальных особенностей трансляции смыслов, что стало возможным благодаря лингвопрагматическому анализу речевых действий ведущих вебинаров. За счет применения методов классификации и систематизации выделенные средства, передающие эмоции в дискурсе всех рассмотренных вебинаров, мы разделили на два уровня их реализации — грамматический и лексический.

## **Анализ категории эмотивности в дискурсе англоязычного вебинара**

### **Эмоции и категория эмотивности**

В фокусе нашего внимания — *категория эмотивности*, с помощью которой в дискурсе транслируются эмоции. Существует несколько способов конструирования эмоций в дискурсе — с помощью экспрессивных высказываний и эмоционально окрашенной лексики, а также с помощью описаний. Отмечается, что для эмоционального дискурса характерно наличие оценочных высказываний, экспрессивных выражений (Кутковая, 2014). Особенности репрезентации эмоций в языке уже давно привлекают внимание лингвистов, достаточно вспомнить классификацию эмоций А. Вежбицкой, выделившей прототипические ситуации с характерными для них эмоциями. Установление подобной взаимосвязи между контекстами и эмоциями способствовало лучшему пониманию категории эмотивности и, как следствие, особенностям выражения эмоций в языке (Вежбицкая, 1996). Ценный вклад в исследование категории эмотивности, безусловно, внес В. И. Шаховский, обративший внимание на наличие у человека базовых эмоций (Шаховский, 2008), которые объединяют людей и «делают нас более/менее похожими друг на друга» (Ларина, 2015, с. 144).

Изучение эмоций в языке тесно связывают с теорией речевых актов, являющихся важным аспектом лингвистической прагматики, рассматривающей интерпретацию знаков получателем информации (Weigand, 2010). В данном научном направлении также была предпринята попытка классификации средств, выражающих эмоции в дискурсе, на паттерны для более эффективного их изучения и понимания. Например, группа лингвистов изучила средства, которые используются коммуникантами в чатах после просмотра корейских фильмов на платформе Viki. Эти лингвисты классифицировали средства выражения эмоций, связанных с юмористической реакцией, а именно выделили маркеры эмоций в англоязычных комментариях к корейским фильмам. Определив подобные комментарии с юмористическим значением, авторы посредством контент-анализа разделили их на три категории, относящиеся: 1) к артефакту; 2) к сообществу коммуникантов; 3) к артефакту и сообществу коммуникантов. В результате

исследования были охарактеризованы маркерами, передающие эмоции, связанные с юмористическим эффектом, к которым отнесли: акронимы (lol), эмодзи (😊😊), эмотиконы (;-)) частицы имитации смеха (haha), англоязычные леммы юмора (laugh, funny). Авторы приходят к выводу, что эмоции могут быть типографически кодированы в комментариях дискурса чата (Messerli, Locher, 2021).

Очевидно, что средства, которые позволяют передавать эмоции в процессе коммуникации, конструируя категорию эмотивности, изучаются на материале различных типов дискурса, что указывает на актуальность исследования особенностей трансляции эмоций. Так, О. А. Евтушенко, рассматривая эмоциональный восторг как негативную эмоцию в административном дискурсе, устанавливает, что лингвистические средства выражения эмоции здесь проявляются на лексическом, синтаксическом, морфологическом и фонетическом уровнях, а сама эмоциональность присуща любому дискурсу (Евтушенко, 2015). Было также выявлено, что эмоциональная составляющая усиливает аргументацию в письменном научно-гуманитарном дискурсе (Савчук, 2022).

Наличие эмоциональной составляющей, способствующей реализации креативности, представляется особенно ценным в педагогическом дискурсе. Изучая взаимосвязь эмоций и процесса обучения, Д. Джейкобс отмечает, что для создания благоприятной атмосферы на занятии учитель должен быть полностью вовлечен в процесс преподавания. А чтобы обучающиеся испытывали нужный спектр эмоций, преподавателю необходимо испытывать и демонстрировать свои эмоции (Jacobs, 2002). Данное умозаключение объясняет, почему дискурс вебинара, посвященный сложным педагогическим проблемам, демонстрирует средства, способствующие трансляции категории эмотивности.

Еще одно исследование подчеркивает роль эмоций в коллаборативном обучении, когда обучающиеся тесно взаимодействуют друг с другом и совместно решают образовательные цели. Для того чтобы подобное взаимодействие было продуктивным, необходим положительный социально-эмоциональный климат. Этому способствует репрезентация эмоций в пространстве дискурса, а также выражение поддержки коллегам и использование инклюзивных местоимений. Естественно, речь идет о положительном выражении эмоций, связанных с прогрессом в деятельности обучающихся, а также их поддержкой (Рафикова, 2021). Одним словом, ранее была акцентирована ценность положительных эмоций в обучающих дискурсах.

Прежде чем мы перейдем к рассмотрению лингвистических средств, которые позволяют реализовать категорию эмотивности в нашем исследовательском корпусе, рассмотрим взаимоотношение некоторых терминов, значимых для нашего исследования.

Поясним, что под экспрессивностью мы понимаем степень выражения эмоций спикером в дискурсе. Таким образом, чем больше представлено в дискурсе эмоциональных средств, т. е. средств, передающих эмоции адресанта, тем выше экспрессивность дискурса. Эмоциональность как лингвистическая



категория направлена на передачу чувств коммуникантов. Экспрессивность шире понятия эмоциональности, так как она подразумевает воздействие на адресата с помощью экспрессивных средств языка. А. Д. Гаджиева указывает на то, что средства эмоциональности и экспрессивность выполняют в языке несколько отличные, хотя и взаимодополняющие функции. Так, «экспрессивность — это те средства речи, которые делают ее выразительной, динамичной и впечатляющей» (Гаджиева, 2019, с. 68). Эмоциональность транслируется с помощью экспрессивности. Она тесно связана с понятием эмотивности, лингвистической характеристикой текста, под которой подразумевается то, как языковые средства могут вызывать и передавать эмоции. Соответственно, под эмотивностью можно понимать комплекс языковых средств, направленных на трансляцию и вызов определенных эмоций (Гаджиева, 2019). Данные категории связаны с понятием оценки — суждением или отношением автора. Семантика слов, выражающих оценку автора, в дискурсивной деятельности транслирует оценочность (негативную или позитивную), определяющую эмоциональность и экспрессивность текста (Галиуллина, 2023).

### Средства реализации категории эмотивности в англоязычном вебинаре

Как уже было сказано, средства конструирования категории эмотивности в рассмотренных вебинарах были разделены на две группы по языковому уровню их реализации: грамматический (включает в себя морфологию и синтаксис) и лексический уровни. Рассмотрим более подробно каждую из выделенных нами групп.

На грамматическом уровне категория эмотивности в рассмотренных вебинарах реализуется посредством: восклицательных и других эмфатических конструкций; лексико-синтаксического повтора; степени сравнения имен прилагательных, а также вопросительных конструкций.

Все спикеры используют восклицательные и другие эмфатические конструкции для выражения оценки организации работы вебинара, а также информации, которой лекторы делятся с аудиторией. Участие аудитории в работе вебинара, ответы присутствующих получают только положительную оценку лекторов: *That's absolutely wonderful!* (Hurst) — *Это просто замечательно!* (здесь и далее перевод наш. — И. Х.) *Yes, yes, yes, yes, yes! Thank you so much for saying that!* (Schmid) — *Да, да, да, да, да! Огромное спасибо за то, что вы так говорите! You're absolutely right!* (Brazhnikova) — *Вы абсолютно правы!*

Эмфатические конструкции образуются, как правило, изменением порядка слов или наличием некоторых фраз, придающих речи эмоциональность и усиливающих значимость отдельных элементов фразы. Например, подобные конструкции используются для фокуса внимания аудитории на важной информации. В следующем примере Дерек усиливает свое мнение о том, что необходимо сделать, чтобы обучение было успешным, применяя эмфатическую

структуру: *What you really need to do is you have to play it through your strength* (Hurst) — *Что вам действительно нужно делать, так это опираться на ваши сильные стороны.* Употребление вспомогательного глагола в утвердительном предложении также передает эмоции говорящего, акцентирует внимание аудитории на значимой информации: *Our whole method is based on task, so I do think that this is important for the students to see why they are doing this* (Schmid) — *Весь наш метод основан на выполнении задания, поэтому я действительно думаю, что это важно, чтобы студенты понимали, почему они это делают.*

Олеся также обращается к эмфатическим конструкциям для выделения наиболее значимой, на ее взгляд, информации. Так, следующий пример иллюстрирует использование конструкции, начинающейся со слова *what*, для акцента внимания аудитории на разъяснении: *What I mean by other skills, there will be little emphasis on study skills or cognitive skills, because these skills you will need for academic purposes* (Brazhnikova) — *Что я подразумеваю под другими навыками, будет некоторый акцент на навыках обучения или когнитивных навыках, потому что они вам понадобятся для академических целей.* А конструкция *not only, but also* усиливает эффект от сопоставления информации: *So it's not only what you say, but also how you move around, how you keep the audience's attention* (Brazhnikova) — *Так, это не только то, что вы говорите, но и как вы двигаетесь, как вы удерживаете внимание своей аудитории.* Как отмечают ресурсы по академическому письму, данная конструкция акцентирует внимание на важной информации, ясности, помогая выразить идею более емко и впечатляюще (согласно English Study Online<sup>2</sup>).

Лексико-синтаксический повтор формируется повторением конструкции с лексемой в структуре высказывания, т. е. образуется параллельная конструкция с ключевой лексемой. Синтаксис представляет собой значимый коммуникативный ресурс, способный структурно организовывать языковые средства, передающие эмоции говорящего. Прием повтора, создающего эмоциональный фокус, «традиционно относится к средствам художественной выразительности» (Воробьева, 2022, с. 2170). Так, с помощью повторяющейся конструкции *it was* Дерек передает, какие сложные чувства он испытывал на уроках математики в школе, усиливая эмоции превосходной степенью сравнения имени прилагательного (*the most disempowering*): *For me it was always maths, and it was the most disempowering feeling in the entire world* (Hurst) — *В моем случае это всегда была математика, у меня было самое сильное во всем мире чувство беспомощности.* Беата использует повторяющуюся конструкцию *it could be* для того, чтобы подчеркнуть многообразие возможностей в применении описываемой ею методики коммуникативных заданий (технология task-based): *This could be in writing or it could be a presentation or it could be a video or it could be a poster* (Schmid) — *Это могло быть в письменной форме, могло быть в форме презентации, могло*

<sup>2</sup> Not only but also: adding emphasis and clarity to your writing. *English Study Online*. <https://english-studyonline.org/not-only-but-also/>



быть в форме видео или постера. Олеся также активно использует лексико-синтаксический повтор: *And, of course, as you guys were right, a wide range of communicative situations: a lot of role plays, a lot of communication, a lot of speaking, a lot of listening* (Brazhnikova) — *И, конечно, ребята, вы, как всегда правы, широкий охват коммуникативных ситуаций: много различных ролевых игр, много коммуникации, много говорения, много аудирования*. Повторяя конструкцию *a lot of*, спикер подчеркивает охват обучающихся активностей, которые предполагает курс General English.

Лекторы, используя степени сравнения имени прилагательного, а также конструкции со значением сравнения, усиливают речетворческий характер дискурса (Чепурина, 2019), акцентируя внимание аудитории на своем отношении, мнении. Как отмечают лингвисты, исследующие специфику сравнения, данный процесс лежит в основе «многих мыслительных действий» (Алексеева, 2023, с. 60), позволяя выполнить целый ряд коммуникативных задач, например «уподобление, установление тождества, сопоставление сходных или различных качественных или количественных признаков либо действий» (Алексеева, 2023, с. 51).

Так, у Д. Херста 26 случаев употребления сравнительной и превосходной степеней. Например: *For me it can't be the most important thing. I think that it's much more important that when you're building to the end during the day, it almost doesn't matter what the end result is* (Hurst) — *Для меня это не может быть самой важной вещью. Я думаю, что гораздо важнее, когда вы нацеливаетесь и движетесь к какому-то конечному результату; какой результат в конечном счете почти не имеет значения*. Беата кажется менее эмоциональной, чем Дерек, так как она не прибегает к такому разнообразию оценочных прилагательных, как он. Однако в ее выступлении был обнаружен 31 случай включения сравнительной степени имени прилагательного. В следующем примере она использует степень сравнения несколько раз как для фокуса внимания аудитории на некоторых аспектах информации (*most effective; a little bit more task-based*), так и для того, чтобы выразить благодарность участникам вебинара за их активную работу (*more communicative*): *And in this case may be two ads that we can compare and say which one is most effective. That kind of thing. But the ideas that are in the chat are excellent actually! Thank you for that and thank you for playing along with me here making your textbook activities a little bit more communicative and a little bit more task-based* (Schmid) — *И в этом случае, может быть, две рекламы, которые можно сравнить и сказать, какая из них самая эффективная. Что-то подобное. Но те идеи, которые вы пишете в чате, просто замечательные! Спасибо за это и спасибо за то, что вы мне подыгрываете, делая задания из учебника немного более коммуникативными и немного более основанными на выполнении задачи*.

Олеся производит впечатление спокойного и нейтрального лектора, но это не мешает ей применять степени сравнения имени прилагательного для выделения обсуждаемых характеристик, а также для выражения положительной

оценки действий аудитории. В ее выступлении было обнаружено 55 случаев употребления сравнительной степени, выраженной преимущественно лексемами *more* и *most*: *Moving on to the third term. In my opinion, it's the most interesting one, to be honest* (Brazhnikova) — *Движемся к третьему модулю. По моему мнению, это самый интересный, честно говоря.*

Еще одно средство, способствующее передаче категории эмотивности, — вопросы. Причем функционально они не всегда требуют ответов. Да и ответы, которые участники вебинара пишут в чате, используются как средство эмоционального единения, усиления контакта. Например, в начале вебинара лекторы могут спросить о качестве изображения, звука. Тем самым они демонстрируют заботу об аудитории, помогают настроиться на совместную работу, наладить контакт. Подобные вопросы есть в одном из трех рассмотренных вебинаров: *I'm going to share my screen. And when I do that, let me just type in a chat «Teacher development certificate». Can anybody see it?* (Hurst) — *Сейчас я поделюсь экраном. И, когда я это буду делать, позвольте мне впечатать в наш чат «Сертификат повышения квалификации учителей». Кто-то может это видеть?* Двое других спикеров в начале вебинара задают вопросы не о качестве трансляции, а о теме вебинара. Так, Б. Шмид спрашивает у участников, какие виды деятельности мотивируют студентов: *And we're going to get straight into the warm up. I want to make sure that you're all engaged. Of these two activities what do you think is more motivating for students?* (Schmid) — *Мы сейчас сразу перейдем к разминке. Я хочу убедиться в том, что вы все вовлечены. Из этих двух видов деятельности какая, как вы думаете, сильнее мотивирует студентов?*

О. Бражникова задает вопросы о языковых требованиях высшего образования: *So, guys, please go ahead. Starting the chat — what do you think are the linguistic demands of higher education?* (Brazhnikova) — *Так, ребята, пожалуйста, начинайте. Я открою чат — как вы думаете, какие есть языковые запросы у высшего образования?*

Помимо стимулирующих реакцию аудитории в чате, в вебинарах представлены вопросы, обозначающие переход от одного аспекта темы к другому. В таком случае они становятся риторическими, представляя собой эмфатические утверждения (Воробьева, 2022), которые помогают транслировать оценочные оттенки значений, а иногда и эмоциональное состояние говорящего (Черникова, Копылова, 2022).

На лексическом уровне основными трансляторами категории эмотивности выступают слова-усилители и эмоционально окрашенная лексика. Слова-усилители — это лексемы, которые употребляются не для передачи своего значения, а для того чтобы создать эффект усиления. Как правило, такое слово часто употребляется и «приобретает функцию служебной части речи — частицы, от его смыслового наполнения остается лишь эффект усиления» (Новикова, 2019, с. 48). Преимущественно к подобным словам относят наречия, основная функция которых при таком употреблении — экспрессивная. В ходе

использования данные наречия могут лишаться своих экспрессивных качеств, и им на смену приходят другие слова. Более того, они утрачивают свое основное значение, как, например, *terribly* и *awfully*, приобретая грамматическое значение интенсификации (Zhiber, Korotina, 2019).

В нашем исследовательском корпусе к таким словам можно отнести:

в дискурсе вебинара 1: *absolute, absolutely, incredibly, really, just, very, so, actually, especially: It was a really wonderful time!* (Hurst) — *Это действительно было замечательное время!*;

в дискурсе вебинара 2: *very, really, a little bit, slightly, quite, sort of: We are going to narrow the definition of task a little bit just to make it easier for us to keep these definitions straight, otherwise we can get quite confused here* (Schmid) — *Мы сузим немного определение того, что такое задание, чтобы упростить понимание этих дефиниций, иначе мы можем очень здесь запутаться*;

в дискурсе вебинара 3: *very, super, absolutely, of course: They need to know how to write references, how to paraphrase, how not to plagiarize, how to write the bibliography, because all of this is super super important* (Brazhnikova) — *Им нужно знать, как оформлять ссылки, как перефразировать, как не заниматься плагиатом, как составлять библиографический список, потому что все это супер супер важно*.

Также лекторы включают в свою речь такие фразы, как *I think; you know; for me; my favorite*, с тем чтобы обратить внимание на собственное мнение / отношение к информации, а также усилить ощущения диалога с адресатом. Например, Беата Шмид часто использует выражение *a little bit*, смягчая тон дискурса для того, чтобы придать коммуникации доброжелательный характер: *Now task-based learning is a little bit different in that we have what some people call a flower pot* (Schmid) — *Обучение на основе задач немного отличается от того, что некоторые люди называют цветочный горшок*. А в следующем примере, благодаря словам *I do think*, с помощью которых спикер выражает свое отношение и усиливает его вспомогательным глаголом *do*, фраза становится эмоциональной: *Our whole method is based on task, so I do think that this is important for the students to see why they are doing this* (Schmid) — *Весь наш метод основан на выполнении задачи, поэтому я действительно думаю, что для студентов важно понимать, что они делают*. Если мы представим фразу без *I do think*, очевидно, что она становится нейтральной (Ср.: *Our whole method is based on task, so this is important for the students to see why they are doing this*). Олеся Бражникова подчеркивает свое мнение в использовании многообразия обучающих средств: *But my personal favorite is Ted Talks* (Brazhnikova) — *Но мой личный фаворит — Ted Talks*. Подобные слова-усилители более характерны для устной речи, чем для письменной, что и объясняет их активное присутствие в дискурсе изученных вебинаров.

Наибольшее разнообразие эмоционально окрашенной лексики наблюдается в вебинаре 1, где Дерек активно использует эту лексику для описания положительных и отрицательных эмоций. Так, вспоминая один из лучших

своих уроков, он приводит целый набор средств: прилагательное *amazing*, его значение усиливается фразой *out of the world*, а также два восклицательных предложения: *And I went in and the first 15 minutes were out of this world amazing! It was so good!* (Hurst) — *И я зашел в класс, и первые 15 минут были просто потрясающие! Это было так хорошо!* Кроме того, он описывает свой худший урок, для чего применяет слово-усилитель *absolute*, а также эмоционально заряженное существительное *disaster*, прилагательное *terrible*, восклицательную фразу, усиливающую воздействие: *And it was, in my opinion, absolute disaster. I went home and actually cried. ... I thought it was such a terrible lesson. Oh my God!* (Hurst) — *Это был, как мне кажется, полный провал. Я пошел домой и даже расплакался. ... Я думал, это был такой ужасный урок. О боже!*

У Беаты эмоционально окрашенная лексика менее разнообразна, что, вероятно, обусловлено ее индивидуальным коммуникативным стилем: она фокусируется на положительных характеристиках описываемого подхода к обучению. Соответственно, в вебинаре встречаются слова *interesting, amazing, inspiring, motivating, nice, very good, nicely*: *Is that a task? I'm getting all kinds of interesting answers. Yeses and noes* (Schmid) — *Это задача? Я вижу самые разные интересные ответы. Много «да» и «нет».*

Олеся, как и другие лекторы, обращается к эмоционально окрашенной лексике, например к оценочным прилагательным: *dynamic, interesting, happy, wonderful, smart, great, tough, amazing*. Интересна сочетаемость этих прилагательных с определяемыми ими существительными. Так, у Олеси есть *amazing questions, wonderful quote, tough crime* (последнее словосочетание используется для описания плагиата): *We talk about plagiarism, which is a very, very tough crime. In the United States you can get suspended, you can get expelled from the university if you get caught for plagiarism* (Brazhnikova) — *Мы говорим о плагиате, что является очень, очень большим преступлением. В Соединенных Штатах вас могут отстранить от занятий, вас могут отчислить из университета, если вы попадетесь на плагиате.* Также значение прилагательного усиливается повтором наречия *very very*.

Обратим внимание, что эмоционально окрашенная лексика типична для профессиональных институциональных видов дискурса, в которых сочетаются специализированные терминологические системы с подобными лексемами. Было установлено, что в дискурсе англоязычной деловой переписки эмоционально окрашенная лексика представлена многообразием средств — оценочными прилагательными, интенсифицирующими наречиями, причастиями, транслирующими эмоциональное состояние говорящего, прилагательными в превосходной степени. Наличие подобных лексических единиц в текстах англоязычной деловой корреспонденции так же типично, как и применение полных грамматических форм, страдательного залога и т. д. (Соловьева, 2023). Интересно, что разработчики контента для профессиональных веб-сайтов отмечают, что эмоционально заряженный тон делает информацию более запоминающейся. Когда реципиенту смешно или грустно, ему начинает казаться,

что он на одной волне с адресантом, который понимает свою аудиторию, говорит с ней напрямую. Информация, содержащая эмоции адресанта, выделяется на фоне безликой формальной информации и запоминается получателем (Arrow, Arrow, 2024).

## Выводы

Исследование дискурса трех обучающих англоязычных вебинаров показало, что трансляция эмоций лектора является неотъемлемой характеристикой данного дискурса. Эмоции, передаваемые посредством категории эмотивности, позволяют спикеру выразить свое отношение и оценку обсуждаемых событий и явлений. Это, в свою очередь, усиливает чувство контакта лектора с аудиторией, выделяет важные аспекты информации для аудитории.

На грамматическом уровне рассмотренного дискурса средствами конструирования категории эмотивности выступают восклицательные и иные эмфатические конструкции, лексико-синтаксический повтор, степени сравнения имен прилагательных, вопросительные конструкции. На лексическом уровне эмфатические средства представлены словами-усилителями, преимущественно наречиями, и эмоционально окрашенной лексикой, для которой характерны существительные и прилагательные как с положительной, так и с негативной коннотацией. Грамматические и лексические средства часто взаимодействуют, обогащая дискурс вебинара эмоциональной составляющей. Благодаря категории эмотивности в дискурсе вебинара формируется эффект смыслового усиления, акцентирующего внимание аудитории и вызывающего у нее чувство эмпатии, демонстрирует заботу спикера об аудитории, выражает положительную оценку работе участников вебинара.

Можно предположить, что трансляция эмоций способствует формированию положительного социально-эмоционального климата, который становится основой интересного и плодотворного диалога между лектором и участниками вебинара.

## Список источников

1. Abdulsada, M. N. (2021). Translanguaging knowledge remotely: the analysis of an academic webinar. *Professional Discourse & Communication*, 3(4), 33–50. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-4-33-50>
2. Chetan Kumar, G. K., Rangappa, K. B., & Suchitra, S. (2021). Effectiveness of seminar and webinar in learning experience: an empirical analysis. *Education India Journal: A Quarterly Refereed Journal of Dialogues on Education*, 10(2), 247–257.
3. Манаенко, Г. Н. (2018). Дискурс и лингвистические параметры его описания. В *Дискурс как универсальная матрица вербального взаимодействия* (с. 17–30). Ленанд.
4. Танчук, С. А. (2017). Webinar в контексте англоязычного образовательного пространства. *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*, 23(4), 82–87. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2017-23-4-82-87>



5. Танчук, А. С. (2021). *Дискурсивные характеристики англоязычных вебинаров по обучению английскому языку* [Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара].
6. Крылова, М. Н. (2022). Базовая модель и вариативность речевого жанра вебинара образовательной направленности. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 3, 196–207.
7. Zappettini, F., Ponton, D. M., & Larina, T. V. (2021). Emotionalisation of contemporary media discourse: A research agenda. *Russian Journal of Linguistics*, 25(3), 586–610. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-586-610>
8. Хорохордина, О. В. (2021). Эмотивность в новостном дискурсе с компонентом нативной рекламы. *Мир русского слова*, 3, 14–21. <https://doi.org/10.24412/1811-1629-2021-3-14-21>
9. Hurst, D. (2023). Teaching younger learners. *EF teacher-training webinar*. (26.10.2023).
10. Schmid, B. (2023). Task-based teaching and learning. *EF teacher-training webinar*. (02.11.2023).
11. Brazhnikova, O. (2023). Teaching English for academic purposes. *EF teacher-training webinar*. (30.11.2023).
12. Кутковая, Е. С. (2014). Дискурс-анализ эмоций и теория позиционирования в исследовании социального события. *Психологические исследования*, 7(34). (2024, 14 июля). <http://psystudy.ru>.
13. Вежбицкая, А. (1996). *Язык. Культура. Познание*. Пер. с англ. Русские словари.
14. Шаховский, В. И. (2008). *Лингвистическая теория эмоций*. Гнозис.
15. Ларина, Т. В. (2015). Прагматика эмоций в межкультурном контексте. *Вестник РУДН. Серия: Лингвистика*, 1, 144–163.
16. Weigand, E. (2010). *Dialogue: The Mixed Game*. John Benjamins.
17. Misserli, T. C., & Locher, M. A. (2021). Humour support and emotive stance in comments on Korean TV drama. *Journal of Pragmatics*, 178, 408–425. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.03.001>
18. Евтушенко, О. А. (2015). Административный восторг: эмоциональный аспект административного дискурса. *Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика*, 12(3), 5–9.
19. Савчук, Т. Н. (2022). Тактика эмоционального усиления аргументации в письменном научно-гуманитарном дискурсе. *Вестник Томского государственного университета*, 478, 30–43. <https://doi.org/0.17223/15617793/478/4>
20. Jacobs, D. (2001–2002). Being there: Revising the discourse of emotion and teaching. *Journal of the Assembly for Expanded Perspective on Learning*, 7, 42–52.
21. Рафикова, А. С. (2021). Роль социо-эмоционального дискурса в коллаборативном онлайн-обучении. *Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования*, 10(5А), 136–141. <https://doi.org/10.34670/AR.2021.50.99.017>
22. Гаджиева, А. Д. (2019). Механизмы создания экспрессивности (на примере текстов выступлений англоязычных политических лидеров). *Политическая лингвистика*, 4(76), 66–72. <https://doi.org/10.26170/pl19-04-08>
23. Галиуллина, О. Р. (2023). Прагмалингвистические аспекты негативной оценочности в англоязычной сетевой кинорецензии. *Ученые записки Петрозаводского государственного университета*, 45(6), 51–57. <https://doi.org/10.15393/uchz.art.2023.940>



24. Воробьева, Е. Н. (2022). Экспрессивный синтаксис английского языка: систематический обзор. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 15(7), 2167–2173.
25. Чепурина, И. В. (2019). Креативный потенциал грамматической категории степеней сравнения (на материале устной спонтанной речи жителей Крыма). *Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Филологические науки*, 5(71), 161–177.
26. Алексеева, Т. Е. (2023). Сравнение в английских пословицах как грамматическая категория и стилистический прием: структурно-семантический анализ. *Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование»*, 3(51), 50–64. <https://doi.org/10.25688/2076-913X.2023.51.3.05>
27. Черникова, Н. В., & Копылова, Е. С. (2022). Приемы экспрессивного синтаксиса. *Наука и образование*, 2(5). <http://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/4799>
28. Новикова, М. Р. (2019). Использование слов – «усилителей» в газетных публикациях (на примере статей в жанре отзыва о культуре). *Глобус: гуманитарные науки*, 1(27), 48–50.
29. Zhiber, E. V., & Korotina, L. V. (2019). Intensifying adverbs in the English language. *Training, Language and Culture*, 3(3), 70–88. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.3.5>
30. Соловьева, Ю. А. (2023). Эмоционально окрашенная лексика в деловой корреспонденции. *Столыпинский вестник*, 7, 3927–3938.
31. Arrow, K., & Arrow, S. (2024). Creating emotionally-charged content for more shares, links & sales. *Online Visibility Academy*. (2024, 14 июля). <https://www.onlinevisibilityacademy.com/emotionally-charged-content/>

## References

1. Abdulsada, M. N. (2021). Translanguaging knowledge remotely: the analysis of an academic webinar. *Professional Discourse & Communication*, 3(4), 33–50. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-4-33-50>
2. Chetan Kumar, G. K., Rangappa, K. B., & Suchitra, S. (2021). Effectiveness of seminar and webinar in learning experience: an empirical analysis. *Education India Journal: A Quarterly Refereed Journal of Dialogues on Education*, 10(2), 247–257.
3. Manaenko, G. N. (2018). Discourse and linguistic parameters of its description. In *Discourse as a universal matrix of verbal interaction* (p. 17–30). Lenand. (In Russ.).
4. Tanchuk, A. S. (2017). Webinar in the context of English-speaking educational area. *Vestnik of Samara university. History, pedagogics, philology*, 23(4), 82–87. (In Russ.).
5. Tanchuk, A. S. (2021). *Discursive features of English-language webinars devoted to the study of English* [Dissertation for the PhD (Philology): 10.02.04. Samara]. (In Russ.).
6. Krilova, M. N. (2022). The basic model and variability in of educational webinar as a speech genre. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 3, 196–207. (In Russ.).
7. Zappettini, F., Ponton, D. M., & Larina, T. V. (2021). Emotionalisation of contemporary media discourse: A research agenda. *Russian Journal of Linguistics*, 25(3), 586–610. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-586-610>
8. Khorokhordina, O. V. (2021). Emotivity in news discourse with a component of native advertising. *World of the Russian Word*, 3, 14–21. (In Russ.).

9. Hurst, D. (2023). Teaching younger learners. *EF teacher-training webinar*. (26.10.2023).
10. Schmid, B. (2023). Task-based teaching and learning. *EF teacher-training webinar*. (02.11.2023).
11. Brazhnikova, O. (2023). Teaching English for academic purposes. *EF teacher-training webinar*. (30.11.2023).
12. Kutkovaya, E. S. (2014). Discourse analysis of emotions and positioning theory in studying social events. *Psychological Studies*, 7(34). (2024, July 14). <http://psystudy.ru> (In Russ.).
13. Vierzbicka, A. (1996). *Language. Culture. Communication*. Russkie slovari. (In Russ.).
14. Shakhovskiy, V. I. (2008). *Linguistic theory of emotions*. Gnozis. (In Russ.).
15. Larina, T. V. (2015). Pragmatics of emotion in intercultural context. *Vestnik RUDN. Series: Linguistics*, 1, 144–163. (In Russ.).
16. Weigand, E. (2010). *Dialogue: The Mixed Game*. John Benjamins.
17. Misserli, T. C., & Locher, M. A. (2021). Humour support and emotive stance in comments on Korean TV drama. *Journal of Pragmatics*, 178, 408–425. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.03.001>
18. Evtushenko, O. A. (2015). Administrative delight: emotional aspect of administrative discourse. *Vestnik JurGU. Series: Linguistics*, 12(3), 5–9. (In Russ.).
19. Savtchouk, T. N. (2022). The tactic of emotional amplification in the written discourse of the humanities. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 478, 30–43. (In Russ.).
20. Jacobs, D. (2001–2002). Being there: Revising the discourse of emotion and teaching. *Journal of the Assembly for Expanded Perspective on Learning*, 7, 42–52.
21. Rafikova, A. S. (2021). The role of socio-emotional discourse in collaborative online learning. *Psihologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya*, 10(5A), 136–141. (In Russ.).
22. Gadzhieva, A. D. (2019). Mechanisms of text expressivity creation (a case study of texts of speeches made by English-speaking political leaders). *Political Linguistics*, 4(76), 66–72. (In Russ.).
23. Galiullina, O. R. (2023). Pragmalinguistic aspects of negative evaluation in English-language online movie reviews. *Proceedings of Petrozavodsk State University*, 45(6), 51–57. (In Russ.).
24. Vorobyova, Y. N. (2022). Expressive syntax of the English language: a systematic review. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*, 15(7), 2167–2173. (In Russ.).
25. Chepurina, I. V. (2019). Creative potential of the grammar category of the degree of comparison (based on the spontaneous speech of the Crimea residents). *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*, 2, 5(71), 161–177. (In Russ.).
26. Alexeeva, T. E. (2023). Comparison in English proverbs as a grammatical category and a stylistic device: structural-semantic analysis. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 3(51), 50–64. (In Russ.).
27. Chernikova, N. V., & Kopylova, E. S. (2022). Expressive syntax techniques. *Nauka i obrzovanie*, 2(5). <http://opusmgau.ru/index.php/see/article/view/4799> (In Russ.).

28. Novikova, M. P. (2019). The use of intensifying words in newspaper publications (based on the example of the renew articles about culture). *Globus: social sciences*, 1(27), 48–50. (In Russ.).
29. Zhiber, E. V., & Korotina, L. V. (2019). Intensifying adverbs in the English language. *Training, Language and Culture*, 3(3), 70–88. <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.3.5>
30. Solovyeva, Y. A. (2023). Emotional vocabulary in the English business correspondence. *Stolypinsky Bulletin*, 7, 3927–3938. (In Russ.).
31. Arrow, K., & Arrow, S. (2024). Creating emotionally-charged content for more shares, links & sales. *Online Visibility Academy*. (2024, 14 июля). <https://www.onlinevisibilityacademy.com/emotionally-charged-content/>

### *Информация об авторе / Information about the author*

**Ирина Павловна Хутыз** — доктор филологических наук, профессор кафедры прикладной лингвистики и новых информационных технологий Кубанского государственного университета.

**Irina P. Khoutyz** — D. Sc. (Philology), Professor at the Department of Applied Linguistics and New Information Technology, Kuban State University.

*Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.*

*The author declares no conflict of interest.*