

УДК 811.111:81'367.4

МАТУСЯК Галина – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління, права та гуманітарних наук, Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Кропивницький, просп. Університетський 5/2, 25030, Україна (h.bokshan@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7430-8257>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2023.56.4>

Бібліографічний опис статті: Матусяк, Г. (2023). Синтаксичний рівень емотивності в англійських медіановинах про стан кавової індустрії. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 56, 35–40. doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2023.56.4>

СИНТАКСИЧНИЙ РІВЕНЬ ЕМОТИВНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАНОВИНАХ ПРО СТАН КАВОВОЇ ІНДУСТРІЇ

Анотація. Мета дослідження – з'ясувати специфіку емотивності синтаксичного рівня в текстах медіановин на матеріалі англійського інтернет-ресурсу “Sprudge”, що висвітлює стан розвитку виробництва кави та функціонування підприємств, які займаються її переробкою, а також закладів індустрії гостинності, що реалізують кавову продукцію. Ставимо завдання, виконання яких передбачає її досягнення: 1) ідентифікувати синтаксичні маркери емотивності в новинних текстах сайту “Sprudge” за 2023 рік; 2) систематизувати виокремлені структури; 3) виявити, з якими емоціями вони корелюють. Новизна дослідження полягає в тому, що наявні публікації, у яких розглядають питання емотивного синтаксису, стосуються творів художньої літератури, тоді як спостерігаємо брак таких розвідок на матеріалі медіановин. Для досягнення поставленої мети використано методи комплексного та компонентного аналізів. Лінгвістичне дослідження контенту англійського сайту “Sprudge” уможливило виокремлення синтаксичних одиниць із маркерами емоційності й групування їх за типами конструкцій: питальні речення загалом і риторичні питання зокрема (неповні речення, питально-стверджувальні моделі, градація), окличні речення, повтори, парцельовані конструкції та вставні слова. Виявлено, що експресивність ідентифікованих емотивних одиниць може посилюватися за рахунок використання розділового знака «три крапки», а також графічного виділення. Виявлені емотивні конструкції переважно корелюють із позитивними емоціями радості, любові, задоволення, проте трапляються й синтаксичні засоби вираження схвильованості, розгубленості, смутку й навіть гніву. За частотністю використання серед емотивних синтаксичних одиниць переважають питальні речення (як у текстах дописів, так і в їхніх назвах). Перспективи подальших досліджень убачаємо в з'ясуванні специфіки емотивного синтаксису на матеріалі медіановин про інші галузі економіки.

Ключові слова: медіановини, емотивний синтаксис, інтерогативні конструкції, парцеляція, синтаксичні повтори, вставні слова, окличні речення.

MATUSIAK Halyna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Public Management, Law and Humanities, Kherson State Agrarian and Economic University, Kropyvnytskyi, Universytetskyi prospect 5/2, 25030, Ukraine (h.bokshan@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7430-8257>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2023.56.4>

To cite this article: Matusiak, H. (2023). Syntaksychnyi riven emotyvnosti v anhlomovnykh media-novynakh pro stan kavovoi industrii [The syntactic level of emotiveness in English media-news about the current state of coffee industry]. *Problemy humanitarnykh nauk: zbirnyk naukovykh prats Drohobytskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriiia “Filolohiia” – Problems of Humanities. “Philology” Series: a collection of scientific articles of the Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University*, 56, 35–40, doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2023.56.4> [in Ukrainian]

THE SYNTACTIC LEVEL OF EMOTIVENESS IN ENGLISH MEDIA-NEWS ABOUT THE CURRENT STATE OF COFFEE INDUSTRY

Summary. *The purpose of the study is to reveal the specificity of emotive syntax in media news texts on the material of the Internet resource “Sprudge” that informs about the current state of coffee production and functioning of processing businesses, and also enterprises of hospitality selling coffee products. The following tasks will allow us to achieve the purpose: 1) to identify syntactic markers of emotiveness in the news texts of the website “Sprudge” dated 2023; 2) to systemize the identified structures and 3) to find the emotions they correlate with. The novelty of the research consists in the fact that the available publications considering the issue of emotive syntax concern the texts of fictional texts, whereas there is a lack of similar studies based on the material of media-news. In order to achieve the purpose, the methods of complex and component analysis were applied. Linguistic examination of the content of the website “Sprudge” allowed identifying syntactic units with markers of emotiveness and grouping them by the types of constructions: interrogative sentences on the whole and rhetorical questions in particular (incomplete sentences, interrogative-affirmative models, gradation), exclamatory sentences, repetitions, parceled constructions and expletive words. It was found that expressiveness of the identified emotive units can be increased through using the punctuation mark “ellipsis”, and also graphic highlighting. The identified emotive constructions mostly correlate with the positive emotions of joy, love, and pleasure, however, there are syntactic means expressing anxiety, embarrassment, sadness and even anger. The prospects of further research can be in finding the specificity of emotive syntax on the material of media-news about other branches of economy.*

Key words: *media-news, emotive syntax, interrogative constructions, parcellation, syntactic repetitions, expletive words, exclamatory sentences.*

Постановка проблеми. У сучасному світі спостережено тенденцію посиленого інтересу читачів до медіаконтенту, якому притаманна виражена експресивність і який викликає низку різнорідних емоцій. Оцінка реципієнтом дописів за допомогою емоції – звична справа, тобто емоційний складник новин в епоху постправди продовжує домінувати. Інтернет-видання, які також мають свої сторінки в соцмережах, зацікавлені в збільшенні кількості відвідувачів сайтів і підписників, тож здебільшого створюють тексти з урахуванням цієї специфіки сприйняття інформації. Емотивність новин має ще більшу виразність у медіаресурсах, метою яких є просування певної продукції, популяризація того чи того сегмента виробництва. Тож питання емотивності новинних текстів у засобах масової інформації останнім часом викликає живий інтерес науковців. Продовжуючи дослідження в зазначеному напрямку, немає потреби окреслювати семантичний об’єм мовного терміна «емотивність» і його відмінність від психологічного терміна «емоційність», оскільки в наукових працях з означеної тематики цю різницю досить чітко з’ясовано. Натомість варто більше уваги приділити вивченню проблеми емотивності на різних мовних рівнях,

позаяк наявні студії переважно охоплюють лексичний рівень і значно менше розвідок присвячено специфіці вираження емоційності на синтаксичному рівні. Утім варто зауважити, що емотивність синтаксичних засобів досить широко висвітлена в статтях, об’єктом дослідження в яких є твори художньої літератури, чого не можна сказати про студіювання цього питання на прикладі новинного контенту в засобах масової інформації, зокрема в інтернет-публікаціях. Недостатність уваги до окресленого аспекту емотивності в медіатекстах надає актуальності темі нашого дослідження і спонукає до подальшого студіювання цієї проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як попередньо зазначено, категорію емотивності на окремих мовних рівнях у новинних інтернет-текстах досліджено досить ґрунтовно. Зокрема, в розвідці про новинні інтернет-тексти в часи постправди В. Белецька підкреслила небезпеку зловживання емотивними засобами (Белецька, 2019). І. Ковалевич і О. Сеньків проаналізували особливості вербалізації емоцій у британських інтернет-виданнях, зробивши висновок про високий рівень стандартизації емотивної лексики (Ковалевич, Сеньків, 2018). Ю. Тома-

щук у розвідці про дискурсивно-прагматичні характеристики англomовного інтернет-інтерв'ю наголосила на ролі емотивної лексики як домінувальної тактики залучення цільової аудиторії (Томащук, 2017). У дисертації «Тропи і фігури в медіатекстах початку ХХІ ст.» Г. Черемхівка з'ясувала функції експресивних засобів у новинах та їх кореляцію з адресатом мовлення (Черемхівка, 2015). Н. Романова, досліджуючи питання емоційності й емотивної лексики, сфокусувалася на особливостях процесу перетворення семантики емоцій у мовний знак (Романова, 2011). У контексті нашого дослідження певний інтерес викликають розвідки Н. Гоци, Н. Пасічник, А. Косенко (2020), З. Столяр і О. Ярошик (2020), С. Шабат-Савки (2021), які проаналізували синтаксичний рівень тексту в аспекті його емотивності на прикладі творів художньої літератури. Звернення цих науковців до художнього стилю обумовлене передусім тим, що його зразки спрямовані на здійснення впливу на почуттєво-емоційну сферу людини. Утім, автори опрацьованих досліджень не торкалися питання емотивності синтаксичних одиниць у текстах публіцистичного стилю, що надає **актуальності** темі нашої розвідки, а також визначає її цілі та завдання.

Мета дослідження – з'ясувати специфіку емотивності синтаксичного рівня в текстах медіановин на матеріалі англomовного інтернет-ресурсу «Sprudge», що висвітлює стан розвитку виробництва кави та функціонування підприємств, які займаються її переробкою, а також закладів індустрії гостинності, що реалізують кавову продукцію. Ставимо завдання, виконання яких передбачає її досягнення: 1) ідентифікувати синтаксичні маркери емотивності в новинних текстах сайту «Sprudge» за 2023 рік; 2) систематизувати виокремлені структури; 3) виявити, з якими емоціями вони корелюють.

Виклад матеріалу. Тематична орієнтованість новин інтернет-ресурсу “Sprudge” доволі обмежена й розрахована на вузьке коло зацікавлених читачів. Щомісяця на сайті викладають понад 40 дописів. Розширенню аудиторії сприяє сторінка “Sprudge” в соцмережах (Facebook, Instagram). Як зазначено, проаналізовані тексти охоплюють новини за 2023 рік. За відбору матеріалу дослідження

керувалися наявністю в синтаксичній одиниці маркера емоційності.

До традиційних фігур емотивного синтаксису належать риторичні запитання, що «вербалізують емоційно-експресивне ствердження» (Шабат-Савка, 2021, с. 88). Особливою емоційністю наділені риторичні питально-заперечні речення, метою яких є вираження подиву або запиту про підтвердження задалегідь відомої, очевидної відповіді. Наприклад: *Who doesn't love a good blend, especially when it's for a good cause, made by those with good taste?* Наведене запитання спрямоване на активацію в читача позитивних емоцій, пов'язаних із кавовим напоєм, а також на посилення емотивності, вираженої на лексичному рівні (*love*).

Питальні речення також подекуди використовують у назвах статей сайту “Sprudge”. Інтерогативні конструкції в англійській мові можуть слугувати засобом вираження пропозиції, тож поява їх у заголовках дописів рекламного характеру очевидна: *Would You Try The New Dunkin' Spiked Hard Iced Coffee?* Питальні речення з *should* слугують для вираження запиту про доцільність чогось, і як назва статті вони можуть спонукати до роздумів і заохочувати до ознайомлення з викладеним матеріалом, сприяти зацікавленню й бажанню отримати відповідь. Наприклад: *Should Smoking Sections In Coffee Shops Make A Comeback?* Мотиваційну функцію в заголовках виконують також інші питальні конструкції. Наприклад: *Do These Vintage Beefcake Coffee Mugs Cost Too Much?*

Іноді в дописах сайту “Sprudge” можна натрапити на супроводжувані відповідями питальні речення. Така питально-стверджувальна синтаксична модель теж відображає динаміку, емоційну наснаженість тексту, експресивність міркувань автора. Наприклад: *Dial? That's what you do to an espresso machine in the morning. Irish Spring? Only if it's on Coffeangel of Dublin's beverage menu. A Dove Bar? Yes. A Dove bar of soap? Absolutely not.* Автор статті залучає в такий спосіб до спілкування читача, ставлячи запитання нібито від його імені, що надає ефекту співучасті та співтворення тексту. Наприклад: *Have I regretted it before? Yes.*

Ще виразнішою емоційністю наділені неповні питальні речення, що підкреслюють

уривчастість думки, спровоковану її емоційним переживанням. Наприклад: *So why then, not our nose?* Інтенсивність емоційного маркера досягається також за рахунок повторів у неповних питальних конструкціях. Наприклад: *Remember fun? Remember latte art throwdowns?* Еліптичні речення загалом і неповні питання зокрема можуть відображати емоційну схвильованість або напругу.

Додаткове емоційне навантаження тексту може досягатися використанням трьох крапок на вираження вагання щодо несподіваного продовження думки. Наприклад: *A name is a name, a collection of sounds and letters signifying an unchanged referent. But what if the name is... wrong?* У наведеному прикладі цей розділовий знак проковує емоцію подиву. Його теж можна витлумачити як засіб актуалізації уваги читача.

Вважаємо, що до перелічених засобів емотивного синтаксису, що охоплюють питальні конструкції, можна додати і їх нанизування (градацію): у такий спосіб досягають посилення емоційного стану пошуку відповіді. Наприклад: *But should it really be banned everywhere? Is there room for the occasional smoking section for those who choose to indulge? Does the cigarette smoke diner, the smoky coffee shop, or ashtray espresso bar really deserve to be relegated to the dustbin of the 20th century?* Тут спостерігаємо намір автора сфокусувати увагу читача на поставленому питанні, спровокувавши в нього емоційну реакцію на інформацію.

До засобів емотивного синтаксису, які виявляємо на інтернет-сторінках “Sprudge”, можна віднести також парцельовані питальні речення. Як відомо, парцеляція слугує для увиразнення окремих компонентів синтаксичної конструкції й надання їм більшої експресивності та комунікативної переконливості, як спостерігаємо в прикладі: *Dear fellow Elder Millennials, are you ready to feel old? Like, old old?*

Погоджуємося з С. Шабат-Савкою, яка зазначає, що «яскравим маркером емотивності внутрішнього мовлення слугують окличні висловлення» (Шабат-Савка, 2021, с. 88). Зрозуміло, що використання знака оклику свідчить про емоційний стан автора тексту, який в усному мовленні може бути вираженим

підвищеною інтонацією. Використовуючи окличні речення, автор відображає особливе емоційне збудження, викликане інформацією, яку повідомляє, що своєю чергою може резонувати в читачеві. Наприклад: *But joy of joys, after a few years absence, the Medansky mug has returned!* У наведеному прикладі окличний характер розповідного речення посилює емоцію радості, виражену на лексичному рівні.

Іноді окличне речення слугує засобом підкреслення категоричності й емоційного контрасту, як у прикладі: *Take for instance bamboo cups, surely they are good for the environment, right? WRONG!* Графічне виділення окличного речення великими літерами є додатковим засобом експресивності. Крім окличних розповідних речень, у дописах сайту “Sprudge” трапляються окличні спонукальні речення, що виражають емоційне заохочення пережити приємні емоції. Наприклад: *With the coffee poured to your liking, give it a little sprinkle of fairy dust coffee grounds and have at it!*

До засобів емотивного синтаксису зараховують і повтори. Поділяємо думку науковців Н. Гоци, Н. Пасічник і А. Косенко (2020), що «повтор нічого не додає до предметно-логічної інформації, проте передає значну додаткову інформацію емоційності, експресивності та стилізації, вказує на стан та емоції мовця» (с. 113]. Цікавим у цьому аспекті є приклад із допису на сайті “Sprudge”: *I love building a business. I love being involved. I love the conversations with retailers, and big board meetings discussing strategy, and how we should improve this product or discontinue this product – I enjoy that piece of it the most.* Потрійне повторення синтаксичних конструкцій з дієсловом *love* і його синонімом *enjoy*, які належать до емотивної лексики, увиразнює захоплення автора тексту своєю справою та його любов до професії.

Емоційний ефект повторів може посилювати використання трьох крапок, що слугують маркером безкінечного повторювання, як, скажімо, у прикладі: *We've seen study after study after study... after study (after study).* У статтях сайту “Sprudge” можна також натрапити на парцельовані повтори, які увиразнюють ту частину інформації, на якій хоче наголосити автор. Наприклад: *And it all starts*

with used coffee grounds. Cheap, eco-friendly, and otherwise thrown away coffee grounds. Таку саму функцію виконує парцельований повтор і в наступному прикладі: *So if you feel like you need these mugs in your life, and let's be honest you probably do, you should act now. Like, now now.*

Вставні слова, що виражають емоційне ставлення автора до висловлюваного, теж належать до засобів емотивного синтаксису. У статтях сайту “Sprudge” можна ідентифікувати речення з такими емотивними одиницями, які виражають позитивні та негативні емоції. Наприклад: *Luckily, for the good folks in Charlotte, Night Swim Coffee is hosting a good old-fashioned latte art competition.* У наведеному реченні вставне слово *luckily* засвідчує позитивне сприйняття автором тексту інформації про кав'ярню, у якій відбудеться мистецький конкурс лате, тоді як в іншому прикладі вставне слово *unfortunately* вказує на те, що автор тексту засмучений, оскільки певна кількість хімікатів виявилася невизначеною: *Unfortunately, exactly what chemicals or combination thereof was undetermined.* Більш сильне негативне емоційне забарвлення має вставне слово *hell*, яке зазвичай виражає гнів і додає експресії висловленню: *Unfortunately, exactly what chemicals or combination thereof was undetermined.*

Використання трьох крапок у середині речення – це ще один із елементів емотивного

синтаксису, оскільки є засобом вираження схвильованості автора тексту й певної його розгубленості перед вибором слова. Цей знак є графічним позначенням паузи, якої потребує автор, щоб точніше висловити власну думку. Наприклад: *Running a business... it's pretty cutthroat out there.* У наступному прикладі експресивність висловлення з трьома крапками посилюється ще й за рахунок повтору: *It's crying... it's like, it feels like a marriage.*

Висновки. Аналіз контенту англomовного сайту “Sprudge” уможливив виокремлення синтаксичних одиниць із маркерами емоційності й групування їх за типами конструкцій: питальні речення загалом і риторичні питання зокрема (неповні речення, питально-стверджувальні моделі, градація), окличні речення, повтори, парцельовані конструкції та вставні слова. Експресивність ідентифікованих емотивних одиниць може посилюватися за рахунок використання трьох крапок. Виявлені емотивні конструкції переважно корелюють із позитивними емоціями радості, любові, задоволення, проте іноді трапляються синтаксичні засоби вираження схвильованості, розгубленості, смутку і навіть гніву. За частотністю використання серед емотивних синтаксичних одиниць переважають питальні речення. Перспективи подальших досліджень убачаємо в з'ясуванні специфіки емотивного синтаксису на матеріалі медіановин про інші галузі економіки.

ЛІТЕРАТУРА

- Белецька А.** Емоційний контент в новинному продукті інтернет-медіа України у часи постправди. *Наукові записки інституту журналістики.* 2019. Т. 2 (75). С. 11–26.
- Ковалевич І., Сеньків О.** Вербалізація емоцій на лексичному рівні (у текстах британських інтернет-газет). *Молодий вчений.* 2018. 10 (62). С. 534–538.
- Гоца Н., Пасічник Н., Косенко А.** Синтаксичні структури вираження емотивності у романах Тоні Моррісон. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.* Дрогобич, 2020. Вип. 29. Т. 1. С. 110–115.
- Романова Н.** Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки.* 2011. № 3 (2). С. 174–178.
- Столяр З., Ярошик О.** Синтаксичний рівень художнього тексту з погляду емотивної семантики (на матеріалі роману Люко Дашвар «Покров»). URL : <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/6658>.
- Томашук Ю.** Дискурсивно-прагматичні характеристики англomовного інтернет-інтерв'ю (на матеріалі Інтернет-журналів для підлітків “gUrl”, “Seventeen”, “Teen Vogue”) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2017. 23 с.
- Черемхівка Г.** Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ століття : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Криворізький національний університет. Кривий Ріг, 2015. 213 с.

Шабат-Савка С. Синтаксичні маркери емотивності в художньому дискурсі (контекст «Щоденника страченої» Марії Матіос). *Закарпатські філологічні студії : науковий журнал*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 18. С. 85–90.

REFERENCES

- Beletska, A.** (2019). Emotsiinyi kontent v novynnomu produkti internet-media Ukrainy u chasy post-pravdy [Emotional content in a news product of Ukraine's Internet-media at the time of post-truth]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky – Scientific notes of the institute of journalism* (Vol. 2 (75)), (pp. 11–26) [in Ukrainian].
- Cheremkhivka, H.** (2015). *Tropy i fihury u mediatekstakh pochatku XXI stolittia [Tropes and figures in media-texts of the early 21st century]*. (PhD thesis). Kryvyi Rih [in Ukrainian].
- Hotsa, N., Pasichnyk, N., Kosenko, A.** (2020). Syntaksychni struktury vyrazhennia emotyvnosti u romanakh Toni Morrison [Syntactic structures of expressing emotiveness in Toni Morrison's novels]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk: mizhvuzivskyi zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh Drohobyt'skoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Ivana Franka – Topical issues of humanities: an interuniversity collection of studies of young scientists of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University* (Issue 29) (Vol. 1), (pp. 110–115). Drohobych [in Ukrainian].
- Kovalevych, I., Senkiv O.** (2018). Verbalizatsiia emotsii na leksychnomu rivni (u tekstakh brytanskykh internet-hazet) [Verbalization of emotions on a lexical level (in the texts of British Internet-newspapers)]. *Molodyi vchenyi – The young scientist*, 10 (62), 534–538 [in Ukrainian].
- Romanova, N.** (2011). Problema emotsiinoi i emotyvnoi leksyky [The problem of emotional and emotive vocabulary]. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnogo universytetu im. Lesi Ukrainky – Scientific bulletin of Lesya Ukrianka Volyn National University*, 3 (2), 174–178 [in Ukrainian].
- Stoliar, Z., Yaroshyk, O.** (2020). Syntaksychnyi riven khudozhnogo tekstu z pohliadu emotyvnoi semantyky (na materialy romanu Liuko Dashvar «Pokrov») [The syntactic level of a fictional text in terms of emotive semantics (on the material of Liuko Dashvar's novel "Pokrov")]. Retrieved from <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/6658> [in Ukrainian].
- Tomashchuk, Yu.** (2017). *Dyskursyvno-prahmatychni kharakterystyky anhlomovnoho internet-interviu (na materialy Internet-zhurnaliv dlai pidlitkiv "gUrl", "Seventeen", "Teen Vogue") [Discourse-pragmatic characteristics of English internet-interviews (on the material of the Internet-magazines for teenagers "gUrl", "Seventeen", "Teen Vogue")]*. (Extended abstract of Candidate's thesis). Lviv [in Ukrainian].
- Shabat-Savka, S.** (2021). Syntaksychni markery emotyvnosti v khudozhnomu dyskursi (kontekst «Shchodennyka strachenoї» Marii Matios) [Syntactic markers of emotiveness in a fictional discourse (the context of Mariia Matios' "The Diary of the Executed")]. *Zakarpatski filolohichni studii: naukovyi zhurnal – Transcarpathian philological studies: a scientific journal* (Issue 18), (pp. 85–90). Uzhhorod [in Ukrainian].