

## ОБЩЕЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 81.37

*Зыкова Ирина Владимировна*

Институт языкознания РАН,  
Россия, 125009, Москва, Большой Кисловский пер., 1  
irina\_zykova@iling-ran.ru

*Красикова Елизавета Александровна*

Московский государственный лингвистический университет,  
Россия, 119034, Москва, ул. Остоженка, 38  
krasikova.liza@mail.ru

**Эмотивная лексика в кинодискурсе с позиции  
лингвокреативности (на материале фильмов  
на английском, русском и китайском языках)\***

Для цитирования: Зыкова И. В., Красикова Е. А. Эмотивная лексика в кинодискурсе с позиции лингвокреативности (на материале фильмов на английском, русском и китайском языках). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2024, 21 (1): 182–207. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.110>

Настоящая статья направлена на разработку подхода к изучению межкультурной специфики реализации креативного потенциала эмотивной лексики в полимодальном (кинематографическом) дискурсе. Отправной точкой в работе является выделение круга ключевых вопросов в современном изучении разного рода средств и способов концептуализации эмоций в языке и дискурсе, которое проводится на базе анализа исследований ведущих отечественных и зарубежных специалистов. Подробно излагаются принципы отбора киноматериала, в качестве которого выступают фильмы на английском, русском и китайском языках. Особое внимание уделяется описанию метода параметризации лингвокреативности в дискурсе и обоснованию выделения такого лингвокреативного параметра, как «эмотив и экспрессив». Разработан пошаговый алгоритм изучения эмотивной лексики в разноязычных кинопроизведениях. Определяется частотность активизации параметра «эмотив и экспрессив» в исследуе-

\* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00040) в Институте языкознания РАН.

мых кинопроизведениях. Последовательно анализируются словообразовательные (или структурные), грамматические и семантические характеристики единиц, репрезентирующих эмоции и чувства киноперсонажей. Посредством созданной комплексной методологии получены результаты, раскрывающие особенности участия эмотивов в построении вербальной системы фильмов на английском, русском и китайском языках. На основании сопоставления всех полученных сведений формируется межъязыковой эмотивный профиль, отражающий способы, аспекты и критерии оценки проявления креативного потенциала эмотивной лексики, релевантные для фильмов на языках разного строя. Установлена зависимость проявления креативного потенциала эмотивов от их структурных, грамматических и семантических свойств, обусловленных спецификой той языковой системы, которая используется для создания конкретного кинопроизведения.

*Ключевые слова:* кинодискурс, лингвокреативность, эмотивная лексика, параметризация.

## Введение

В лингвистическом научном сообществе на сегодняшний день нет единого мнения о том, что следует понимать под эмотивной лексикой (или эмотивами, эмотивными обозначениями, эмотивными номинациями, эмотивной терминологией). Данное понятие является размытым, поскольку оно неразрывно связано с такими феноменами, как экспрессивность, эмотивность и эмоциональность, оценочность, коннотация и перцепция. Проследить их взаимосвязь можно, в частности, на примере трактовки коннотации, предложенной В.Н. Телия. Под коннотацией исследователь понимает «любой прагматически ориентированный компонент плана содержания языковых сущностей (морфем, слов, фразеологизмов и отрезков текста), который дополняет денотативное и грамматическое их содержание на основе сведений, соотносимых с прагматическими факторами разного рода...» [Телия 1996: 107]. Таким образом, при любом высказывании происходит, как отмечает Телия, процедура оценивания — «операция рациональная, хотя в основании оценки и лежит эмоция» [Телия 1996: 110]. По мнению автора, «чистое выражение эмоций в языке вообще отсутствует, однако в нем наличествуют средства, способные максимально “сблизить” эмоциональную реакцию и языковую сущность...» [Телия 1996: 113].

Вопросы о типах, методах идентификации, специфике функционирования и внутреннего устройства, прагматическом и креативном потенциале языковых единиц, используемых для концептуализации и репрезентации эмоционально-чувственной информации в разных типах дискурса или коммуникативных практик, занимают передовое положение в современных лингвистических и — шире — филологических исследованиях. Рассмотрим некоторые из современных подходов.

С точки зрения В.Г. Гака, необходимо различать две основные группы средств: средства, выражающие эмоции, и средства, описывающие их. В первую группу входят междометия, эмоционально-оценочные восклицания, вербальные реакции, носящие нередко регулярный характер (например: *Ай!; Какой ужас!*). Ко второй группе относятся разного рода описания, которые могут иметь перформативный смысл и указывать на пространственно-временной отрыв от эмоционально пережитого события (например: *Я вас поздравляю!; Мне это не нравится*), а также

бренные и ласкательные слова, обращения, разного рода косвенные средства (метафоры, сравнения и пр.). Особо отмечаются описания жестов, сопровождающих выражение чувств. Согласно Гаку, описания жестов «относятся к изображению эмоций, а не к собственно выражению их» (например: *Он развел руками; Лицо его покрылось пятнами от негодования*) [Гак 2016: 289]. Как подчеркивает ученый, нередко случаи, когда определенное чувство одновременно выражается и описывается (например: — *Дорогая, милая моя, прекрасная! — бормотал он. — О как я счастлив! Я безумствую от восторга!*) [Гак 2016: 289]. Отдельно Гак рассматривает три типа «нулевой номинации» чувств и эмоций, отражающих соответствующие три степени их «нулевого выражения» (по возрастанию): неадекватное высказывание, глоссолалия и молчание. Важно также отметить и разработанное понятие эмотивной силы высказывания, увеличение которой осуществляется двумя способами: использованием форм интенсивности и апелляцией к аргументам. По замечанию Гака, интенсивность достигается двумя средствами: качеством и количеством. «Качественная интенсивность заключается в выборе более сильного слова в ряду синонимов; количественная — в повторении слова, имеющего эмоциональную окраску» [Гак 2016: 291].

Среди языковых единиц, нацеленных на отражение чувств и эмоций человека, Телия выделяет аффективы, типичный пример которых представляют междометия и интенсификаторы (например, *великолепный, потрясающий*). Другой полюс составляют названия чувств (*любовь, гордость, трусость* и т. д.) [Телия 1996: 113]. Эмоциональную реакцию говорящего также реализует экспрессивно окрашенная лексика, в которой, как считает Телия,

выражается или называется не сама эмоция, но в содержание которой входит компонент, способный «возбудить» эмоциональное восприятие реципиента. Этот компонент — и есть мотивирующее основание эмотивной коннотации — ее образная внутренняя форма или звукосимволическая (ономатопическая) огласовка [Телия 1996: 113].

Разграничивая оценку рациональную и эмоциональную, или эмотивную, ученый отмечает, что последняя «наградена иллюкутивной силой: она побуждает испытывать данное чувство-отношение и является в конечном счете реализацией определенного иллюкутивного намерения, вызывая, в случае коммуникативной удачи, соответствующий перлюкутивный эффект» [Телия 1996: 118]. Таким образом, существуют два типа психологической оценки, связанной с эмоциональной сферой человека. Одна из них описывает чувства, а другая побуждает испытывать некоторое чувство-отношение по поводу обозначаемого посредством стимулирующего воздействия на реципиента образного или равноценного ему представления обозначаемого.

В. И. Шаховский утверждает, что

эмоциональное состояние и эмоциональное отношение могут быть репрезентированы в языке различными средствами, как прямой номинацией (*fear, love, anger*), так и непосредственным выражением (междометия, инвективная лексика и др.) и описанием (позы, особенности речи и голоса, взгляда, движение и т. п.) [Шаховский 2009: 19].

Таким образом, эмоции могут быть названы (номинация), выражены (экспрессия) и описаны (дескрипция) [Шаховский 2014]. Любое речевое произведение обладает эмотивной плотностью (количественной и качественной), для анализа которой привлекается понятие «эмотивная валентность». Шаховский выделяет три типа эмотивных валентностей слов на основе признака «характер эмосем», лежащих в их основе: актуализация, экспликация (явные эмосемы) и инвенция (скрытые эмосемы). В своей работе ученый отдельно поясняет, что инвенция представляет собой эстетически, этически, прагматически приемлемые аномально-нормальные выражения (например, *злобро*, *адорай*). Такого рода аномалии не только не разрушают языковую систему, а напротив, обогащают и развивают ее. Изучение типов эмотивной валентности позволяет установить признаки, по которым креативные решения коммуникантов можно отграничить от квазикреативных, вносящих когитивно-когнитивные шумы и дестабилизирующих работу языка [Шаховский 2014].

Систематизация эмотивов (в широком смысле) может проходить с учетом уровней языковой системы. Так, С. В. Ионова в своей работе указывает, что «эмоциональная информация может отражаться в единицах разных языковых уровней: фонетического, морфологического, лексического, синтаксического» [Ионова 2023: 18]. При этом в реальной коммуникации наблюдается не изолированное, а комплексное использование словообразовательных, лексических, синтаксических и т. д. средств (например: *Ну и талантнице!*). Образующиеся эмотивные языковые комплексы могут включать и параязыковые средства (сила голоса, высота произнесения, эмфаза и пр.), а также знаки невербальных семиотик, среди которых жестика, мимика, кинесика, проксемика, окулесика, симптоматика. Значительную роль в определении эмоционального смысла высказываний, по замечанию Ионовой, играет лексика, характеризующая виды эмоциональных реакций говорящих (например, *весело, недовольно, с иронией, обиженно, недоумевая, с воодушевлением, в ужасе*). Анализируя специфику выделения эмоциональной доминанты речевого произведения, исследователь описывает следующие механизмы, значимые для ее формирования: «1) накопление эмотивных элементов в структуре содержания текста; 2) распределение эмотивных элементов в структуре содержания текста; 3) актуализация эмоциональных элементов в тексте» [Ионова 2023: 22].

Отдельно отметим, что если исследования эмотивной лексики и кинодискурса на материале русского и английского языков весьма многочисленны и довольно разнообразны по охвату изучаемых вопросов, то на материале китайского языка масштаб их изучения до настоящего времени был не столь значительным. Рассмотрим ряд сформировавшихся подходов и разрабатываемых направлений в изучении китайской эмотивной лексики.

Первое упоминание об исследовании эмотивной лексики в китайском языке приписывают Ма Цзяньчжуну. В учебнике по грамматике китайского языка «Объяснение правил письменного языка господина Ма» 1898 г. [马建忠 1954] впервые был предложен термин «эмотивные глаголы» (心理动词). Чэнь Чэнцзэ в работе «Предварительная национальная грамматика» вводит понятие «глаголы состояния» (状态自动字), указывающие на психологические чувства или состояния, которые «видны снаружи». К ним автор относит, например, лексемы 喜 ‘любить’, 怒 ‘гневаться’, 哀 ‘горевать’, 乐 ‘радоваться’, 笑 ‘смеяться’ [陈承泽 1922]. Люй Шу-

сян в работе «Краткое изложение грамматики китайского языка» выделил «глаголы психического/эмоционального действия» (心理活动), к которым отнес такие глаголы, как, например, 爱 ‘любить’, 恨 ‘ненавидеть, гневаться’, 悔 ‘сожалеть’, 感激 ‘взволноваться’, 害怕 ‘бояться’ [吕叔湘 1942].

В данном направлении также работали следующие исследователи: Люй Юэхуа [刘月华 1983], Ляо Сюйдун [廖序东 1983], Фань Сяо, Ду Гаоинь, Чэнь Гуанлэй [范晓 и др. 1987], Го Дафан [郭大方 1994], Син Фуи [邢福义 2006] и мн. др. Например, Син Фуи анализирует «психоментальные глаголы», которые «выражают мыслительную деятельность и эмоциональное состояние человека» [Син Фуи 2019: 234]. Исследователь делит данную категорию на две подкатегории: эмоционально-оценочные и когнитивно-перцептивные глаголы. К первой подкатегории относятся глаголы эмоциональной оценки (爱 ‘любить’, 恨 ‘ненавидеть’, 羡慕 ‘завидовать’ и др.), ко второй подкатегории относятся глаголы, которые описывают процесс познания и восприятия (猜 ‘гадать’, 料 ‘ожидать’, 感到 ‘ощущать’ и др.) [Син Фуи 2019: 234]. Помимо глаголов, в фокусе эмотивности в китайском языке также были исследованы междометия. По замечанию автора, «междометия — это слова для выражения эмоций и реакций на происходящее вокруг», среди них выделяются эмоциональные и фатические [Син Фуи 2019: 295].

Проблема исследования эмотивной лексики в китайском языке усложняется тем фактом, что китайский язык широко используется в ряде стран и регионов (материковый Китай, Гонконг, Сингапур, Тайвань) и, следовательно, эволюционировал в несколько разновидностей за годы параллельного развития. Межрегиональные различия были обнаружены почти в каждом лингвистическом аспекте, особенно в произношении, лексике и грамматике (см.: [邵敬敏 2001: 1–7]), что делает несостоятельным предположение об однородном восприятии эмотивной лексики в китайском языке. Однако региональные различия не были всесторонне изучены в предыдущих исследованиях китайских эмотивных лексем. Одно из таких немногочисленных исследований принадлежит тайваньскому исследователю Би Хуачжэню [Bi 2017], выделившему «эмотивные частицы / emotive particles / 口气语助虚字», которые в «западной традиции называли бы местоимениями, частицами, завершающими предложение, наречиями степени и модальными вспомогательными глаголами» [Bi 2017: 99].

В отечественной китаистике эмотивный лексикон исследовала А. А. Шахаева на материале поля глаголов смеха китайского языка. Исследователь проклассифицировала глаголы смеха с позиции эмоций и выделила следующие категории: глаголы радостного смеха (大笑 ‘громко смеяться’, 欢笑 ‘радостно смеяться’ и т. д.), глаголы злого смеха (冷笑 ‘холодно смеяться’, 暗笑 ‘злорадно смеяться про себя’), печальный смех (苦笑 ‘горько смеяться’, 强笑 ‘смеяться через силу’) [Шахаева 2022: 173–204].

Представленные выше, а также многие другие подходы отечественных и зарубежных исследователей (напр., [Апресян, Апресян 1993; Беляевская 2015; Ионесян 2020; Lin 2015; Gibbs, Van Orden 2003; Leggitt, Gibbs 2000; Kövecses 2000; Pinker 1997]), раскрывают многоаспектность и по сути неисчерпаемость проблематики, связанной с изучением процесса концептуализации и способов номинации или шире — (вербальных и невербальных) способов репрезентации эмоций и чувств. Полученные в настоящее время результаты убеждают в актуальности и перспек-

тивности изучения разнообразных форм передачи или раскрытия эмоционально-чувственной оценки как в повседневной, так и в творческой деятельности человека, результатом которой выступают разного рода тексты, представляющие определенные типы дискурсов, жанры и направления искусства (литературы, телевидения, живописи, кино и т. д.). Как указывает В. А. Пищальникова,

эмоция разной модальности и степени интенсивности — обязательная составляющая мотива любой человеческой деятельности, и она определенным образом фиксируется в структуре текстов как знаковых систем... В эстетической деятельности автора текста актуализируются доминанты эмоционально-мотивационной сферы его сознания, регулирующей смыслообразование [Пищальникова 2023: 8].

Опираясь на накопленный научный опыт изучения специфики репрезентации эмоционально-чувственной информации в различных типах художественного дискурса, мы берем определенный вектор теоретического осмысления изучаемой проблемы. **Цель нашего исследования** — проанализировать эмотивную лексику как один из параметров лингвокреативности, определить ее роль в процессе построения вербальной структуры фильмов, созданных на разных языках (английском, русском и китайском) и представляющих собой многомерные гетеросемиотические художественные произведения. Под эмотивной лексикой (или эмотивом) мы понимаем языковые единицы, номинирующие, выражающие и/или описывающие эмоциональное состояние киноперсонажей. **В качестве основной мы ставим задачу** составления межъязыкового эмотивного профиля, раскрывающего вовлеченность эмотивной лексики в создание такой разновидности полимодального дискурса, как кинодискурс исследуемых языков, и выявляющего релевантные межъязыковые различия в креативной реализации эмотивов в этом типе дискурса.

## Материал, метод и алгоритм исследования

Выбор кинодискурса в качестве объекта исследования обусловлен целым рядом факторов. Одним из наиболее релевантных является специфический статус слова в конструировании поэтики кинопроизведения, открывающий новые перспективы для теоретического осмысления способов, путей, механизмов и принципов реализации креативного ресурса языковой системы (осуществляемой, в частности, посредством эмотивной лексики) в полимодальной коммуникации.

Как известно, история развития киноиндустрии характеризуется разным отношением к роли слова в кино, диапазон варьирования которого определяется двумя полярными мнениями: от полного отрицания значимости естественного языка в этом роде искусства до категоричного утверждения его главенствующего положения в целостной системе разнообразных знаковых средств киноязыка (см. подробнее об этом в работе [Зыкова 2021]). При этом особый статус слова в создании кинопроизведения признавали многие теоретики киноискусства еще на заре его становления, переводя расхожее в то время мнение о кино как о «Великом немом» в новое смысловое измерение (см., напр.: [Эйзенштейн 1964]). Важность изучения данной проблемы и неослабевающий научный интерес к ней обуславливают необходимость разработки новых методов и подходов к анализу языковых средств, формирующих вербальную структуру фильма.

С учетом целеполагания нашего исследования при отборе исследовательского материала мы руководствовались следующими основными критериями. Анализируемые кинофильмы должны относиться к одному хронологическому периоду, отражающему современное употребление языка (период с 2000-х гг. по настоящее время); принадлежать к одному киножанру — жанру кинокомедии, характеризующемуся наибольшей ориентированностью на неконвенциональное использование вербальных и невербальных средств (см. подробнее в работе [Зыкова 2021]); должны быть представлены на языках разных семей или групп (английский, русский и китайский); произведены в странах, в которых выбранные языки имеют статус официальных (государственных) (Великобритания, Россия, материковый Китай (КНР)); одинаковой или близкой тематико-сюжетной направленности («социальная кинокомедия»: тема и сюжет раскрывают проблему семейных отношений и конфликт разных поколений); популярными и иметь средний или высокий рейтинг в информационных базах данных о кинопродукции (например, в Internet Movie Database). С учетом данных критериев были отобраны следующие три фильма: «Driving Lessons» («Уроки вождения»), «Холоп» и «一家亲» («Сваты»). Общие сведения о фильмах представлены в табл. 1.

Таблица 1. Общие сведения о киноматериале

| Название фильма                      | Режиссер                | Год выхода | Продолжительность | Сюжет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------|-------------------------|------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «Driving Lessons» («Уроки вождения») | Дж. Брок (Jeremy Brock) | 2006       | 98 мин            | Несмотря на то что семья семнадцатилетнего Бена Маршалла (Ben Marshall) считается небожной и благочестивой, в доме царит невыносимая атмосфера обмана и непонимания. Каждый день Бен отправляется на занятия по вождению со своей матерью, которая использует их как прикрытия для тайной встречи со своим любовником. Все изменить в своей жизни Бену удастся благодаря одной пожилой и весьма эксцентричной актрисе Эви Волтон (Evie Walton), к которой он устраивается на работу помощником на время летних каникул |
| «Холоп»                              | К. Шипенко              | 2019       | 109 мин           | Сын богатого бизнесмена Григорий ведет праздный образ жизни и совершает время от времени разного рода правонарушения. Привыкший к роскоши, вседозволенности и безнаказанности, он однажды умышленно сбивает на машине сотрудника дорожной полиции. Устав покрывать сына, бизнесмен Павел решает на отчаянный шаг и соглашается на применение экспериментальной методики его перевоспитания                                                                                                                             |
| «一家亲» («Сваты»)                      | Сюй Хай-янь (徐海燕)       | 2018       | 72 мин            | Молодые супруги Лянлян (亮亮) и Личжу (丽珠) знакомят своих родителей друг с другом. Их свекор и теща невзлюбили друг друга с первого взгляда, однако жизнь под одной крышей заставляет семью сблизиться                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

В своей работе в качестве основного мы используем метод параметризации лингвокреативности, разрабатываемый в рамках коллективного научного проекта в Институте языкознания РАН (подробнее см.: [Зыкова 2021]). В ходе исследования мы выделили три уровня параметров, анализ которых позволяет системно подойти к оценке особенностей проявления креативного потенциала языка в разных типах дискурса: 1-й уровень — макродискурсивные параметры; 2-й уровень — микродискурсивные параметры; 3-й уровень — интердискурсивные параметры. В настоящей статье представлены результаты анализа микродискурсивного уровня, в рамках которого был выделен 51 микропараметр лингвокреативности шести категорий: фонологические, морфологические, словообразовательные, лексические, синтаксические и (орфо)графические (см. также: [Зыкова, Киосе 2020]). Все микропараметры размечались в тексте анализируемых фильмов посредством присвоенных им числовых кодов. Например, лексические параметры маркировались числовыми кодами с <401> по <413>:

- <401> — «смена (социо)коммуникативных регистров» (например, *ввод единицы неформального регистра в контекст формального общения*);
- <402> — «смена социально-территориального кода» (например, *ввод диалектизмов*);
- <403> — «смена профессионального кода» (например, *ввод термина*);
- <404> — «смена языкового кода» (например, *ввод иноязычного элемента*);
- <405> — «смена лингвосемиотического кода» (например, *ввод жеста вместо слова*);
- <406> — «эмотив или экспрессив»;
- <407> — «лексический неологизм и окказионализм»;
- <408> — «парадигматическая активность (синонимы, антонимы и т. д.)»;
- <409> — «многозначность» (например, *энантиосемия*);
- <410> — «стилистический троп» (*метафора, метонимия, литота* и др.);
- <411> — «имя (собственное) и его модификации, прозвища, клички»;
- <412> — «ошибка» (лексическая, фразеологическая; эрративы);
- <413> — «фразеологизм» (узуальный или модифицированный, а также потенциальный / неологизм).

Для демонстрации приведем фрагмент аннотированного текста (см. рис.).

#111 Well, I make it a policy always to advertise in "Hello Jesus". <510, 413, 403, 510, 411, 411>  
 <AD> #112 As a single woman, I'm acutely aware of the dangers of sexual assault by younger men, though, sadly, God is no longer the insurance policy he once was. <403, 101, 104, 406, 403, 201, 403, 406, 403, 201, 403, 410, 410> <RD> #113 Or am I just old-fashioned? <503> #114 Now, then, a few house rules. <501> #115 At home, I'm never Dame Eve, only Evie. <101, 411, 411, 301, 503> #116 Meals are taken in the kitchen, unless I happen to be entertaining, in which case I shall ask you to serve a few drinks, some canapes... <403, 406, 403, 403, 505> #117 I pay six pounds an hour, which is a pound more than McDonald's. <403, 104, 403, 411, 403, 203, 410> #118 So if that is unsatisfactory I suggest you go and work for them, though how you can consider such a thing in all good conscience, I really don't know. <406, 505, 104, 403, 410, 101, 413> #119 You ought to be ashamed of yourself. <406>

Рис. Фрагмент аннотированного текста из фильма «Driving Lessons»

В группу лексических параметров лингвокреативности включен параметр «эмотив и экспрессив» (код <406>). Следует отметить, что выделение данного параметра обусловлено высокой степенью важности эмотивной лексики в построении фикциональной реальности художественного произведения, одну из разновидностей которых представляет художественный фильм. Как отмечает Ионова,

по своему назначению все художественные тексты принадлежат к эмотивному типу текстов, что обусловлено местом эмотем (эмоциональных тем текста) в тематической структуре (основная тема) и иерархии коммуникативных задач (доминирующая коммуникативная цель) в комплексе прагматических задач текста [Ионова 2023: 17].

К тому же общепризнанным на сегодняшний день является тот факт, что эмоционально-чувственная информация относится к числу главных катализаторов или источников проявления креативного потенциала языковой системы [Зыкова 2010: 30–42; 2015: 230–231, 266–270]. По замечанию Шаховского, «эмоциональный фактор является ядром человеческого сознания, мышления, речепроизводства и всей его креативной деятельности...» [Шаховский 2019: 36].

В своем исследовании мы разработали и использовали следующий пошаговый алгоритм анализа эмотивной лексики как параметра лингвокреативности на материале трех фильмов на английском, русском и китайском языках.

Шаг 1. Аннотирование исследуемого киноматериала по микропараметрам лингвокреативности.

Шаг 2. Обработка корпусной разметки киноматериала в программе комплексного расчета параметров дискурса HETEROSTAT<sup>1</sup>.

Шаг 3. Определение частоты активизации микропараметра «эмотив и экспрессив»; расчет и сопоставление коэффициента его активности в трех исследуемых кинопроизведениях.

Шаг 4. Разработка дополнительной подсистемы кодовых обозначений, отражающих в тексте словообразовательные (или структурные), грамматические и семантические характеристики эмотивов; проведение процедуры аннотирования исследуемых характеристик.

Шаг 5. Качественный и количественный анализ эмотивной лексики в каждом из анализируемых фильмов с точки зрения ее словообразовательных (структурных) особенностей; сопоставление полученных результатов анализа фильмов на разных языках; определение значимости словообразовательных характеристик в реализации креативного потенциала эмотивов.

Шаг 6. Качественная и количественная оценка эмотивной лексики в каждом из анализируемых фильмов с точки зрения ее грамматических особенностей; сравнение полученных результатов; определение значимости грамматических характеристик в реализации креативного потенциала эмотивов.

Шаг 7. Качественный и количественный анализ эмотивной лексики в каждом из анализируемых фильмов с точки зрения ее семантических особенностей; сопоставление полученных результатов; определение значимости семантических свойств в реализации креативного потенциала эмотивов.

---

<sup>1</sup> Киосе М.И., Ефремов А.А. HETEROSTAT. Программа HETEROSTAT комплексного расчета параметров дискурса. Дата регистрации: 21.09.2020. Государственный номер регистрации: 2020661240.2020.

Шаг 8. Формирование межъязыкового эмотивного профиля фильмов на трех разных языках со сравнением специфики проявления креативного потенциала эмотивов в кинодискурсе как особой разновидности полимодальной коммуникации.

В целом применение данного аналитического алгоритма рассчитано на комплексное изучение вопроса о том, как эмотивы влияют на формирование лингвокреативной специфики кинодискурса.

## Результаты и обсуждение

В результате обработки корпусной разметки киноматериала в программе комплексного расчета параметров дискурса HETEROSTAT была установлена частота активизации параметра «эмотив и экспрессив» в трех исследуемых фильмах. Как показало исследование, в фильме «Driving Lessons» частота активности данного параметра составляет 328, в фильме «Холоп» она равна 485, а в фильме «一家亲» ее показатель определяется числом 409. Приведем несколько примеров фиксации активности параметра «эмотив и экспрессив» в текстах анализируемых кинокомедий:

- (1) *You ought to be ashamed of yourself.* <406> ‘Тебе должно быть стыдно.’ («Driving Lessons»);
- (2) *He says he likes sharing his thoughts with me.* <406> ‘Он говорит, что ему нравится делиться со мной своими мыслями.’ («Driving Lessons»);
- (3) *Меня даже менты жалуют.* <406> («Холоп»);
- (4) *На какой стадии отчаяния вы находитесь, на последней?* <406> («Холоп»);
- (5) *Аглая Дмитриевна, вы что делаете, вы что делаете?!<406>* («Холоп»);
- (6) *哎呀 妈消消气.* <406> ‘Ой, мама, успокойся!’ («一家亲»);
- (7) *哎呦宝贝女儿想死妈来!* <406> ‘Ах, любимая дочка до смерти хочет, чтобы мама приехала!’ («一家亲»).

Отдельно отметим, что в русско- и англоязычной кинокартинах в общие показатели активизации параметра «эмотив и экспрессив» вошли случаи передачи эмоционально-чувственного состояния киноперсонажей только параязыковыми средствами (например, посредством силы голоса, скорости произнесения и др.) — 8 и 6 случаев, соответственно (пример (5)). Поскольку данные случаи требуют отдельного изучения, то в рамках этой статьи они далее не рассматриваются.

Следующим шагом в исследовании эмотивной лексики как параметра лингвокреативности являлось определение объема вербальной структуры трех кинокомедий по количеству составляющих ее знаков и слов. На основании полученных сведений произведен расчет коэффициента активности (или, другими словами, доли участия) эмотивов в процессе создания вербальной системы фильмов и в их сюжетопостроении. Сводные данные сопоставительного анализа общих характеристик вербальной структуры анализируемых фильмов на английском, русском и китайском языках и коэффициента активности в них эмотивной лексики представлены в табл. 2.

Как следует из информации, представленной в табл. 2, в кинокомедии на китайском языке коэффициент активности параметра «эмотив и экспрессив» является наибольшим. На основании этого факта можно сделать вывод о большей эмо-

Таблица 2. Объем вербальной структуры фильмов и коэффициент активности эмотивов в ее создании

| Фильм             | Количество знаков<br>(с пробелами) | Количество слов | Показатели частоты активизации параметра «эмотив и экспрессив» |                  |
|-------------------|------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------|------------------|
|                   |                                    |                 | Abs.**                                                         | Rel.*** (КА****) |
| «Driving Lessons» | 36 782                             | 7145            | 328                                                            | 4,6              |
| «Холоп»           | 51 315                             | 8620            | 485                                                            | 5,3              |
| «一家亲»             | 7406                               | 6938*           | 409                                                            | 5,9              |

Примечание: \* для китайского языка в качестве слова выступает один иероглифический знак.

\*\* — абсолютные единицы (количество).

\*\*\* — относительные единицы (%).

\*\*\*\* — коэффициент активности эмотивов.

тивной плотности данного кинопроизведения и, соответственно, о более высокой степени релевантности эмотивов в его формировании по сравнению с кинопроизведениями на английском и русском языках.

Для выявления межъязыковых различий использования эмотивных номинаций как особых средств реализации креативных возможностей трех разных языковых систем в кинодискурсе были проанализированы словообразовательные (или структурные), грамматические и семантические характеристики выявленных эмотивов. Для этого была дополнительно разработана подсистема кодовых обозначений, маркирующих указанные свойства эмотивной лексики в тексте. В качестве демонстрации приведем коды аннотирования частеречной принадлежности эмотивов и способов их образования: <900> — «слово»; <901> — «глагол»; <902> — «прилагательное»; <903> — «существительное»; <904> — «наречие»; <905> — «междометие/частица/др.»; <906> — «словосочетание»; <907> — «переменное»; <908> — «устойчивое»; <801> — «простое (однокоренное) слово»; <802> — «производное слово (аффиксация, конверсия)»; <803> — «сложное (составное) слово», например:

- (8) *God, I loathe gardening.* <406, 406>: [900, 905, 801 / 900, 901, 801] 'Боже, я ненавижу заниматься садовыми работами!' («Driving Lessons»).

В примере (8) числовые коды указывают на количество используемых в данном предложении эмотивов (2 эмотива), на их грамматические и структурные особенности, расшифровывающиеся следующим образом: *God* — 'слово, междометие, однокоренное'; *loathe* — 'слово, глагол, однокоренное'.

Перейдем к результатам сопоставительного анализа по каждой из исследуемых характеристик эмотивной лексики.

### Словообразовательные особенности эмотивной лексики в фильмах на английском, русском и китайском языках

В ходе изучения словообразовательных характеристик вся эмотивная лексика, встречающаяся в трех исследуемых кинокомедиях, была распределена по двум основным структурным группам. В первую структурную группу вошли слова, вторую структурную группу составили словосочетания. Количественное соотношение вы-

деленных структурных групп в рассматриваемых фильмах является следующим: 297 слов vs 23 словосочетания в фильме «Driving Lessons», 448 слов vs 31 словосочетание в фильме «Холоп» и 398 слов vs 11 словосочетаний в фильме «一家亲».

В фильмах на русском и английском языках эмотивы представляют собой как простые (однокоренные, одноморфемные) слова (примеры (8) и (11)), так и единицы, образованные посредством аффиксации, конверсии и словосложения (примеры (10) и (12)):

- (9) *I wish to see your equipment.* 'Я **хочу** посмотреть на ваш товар.' («Driving Lessons»);  
 (10) *Sadly, your prices are beyond us, but for your aid we thank you.* 'К **сожалению**, ваши цены нам не по карману, но за помощь мы вас благодарим.' («Driving Lessons»);  
 (11) У человека **стресс**, он в прошлое попал. («Холоп»);  
 (12) Нет, реально мне **стыдно**. («Холоп»).

В ходе исследования эмотивов на китайском языке были выявлены простые слова, которые состоят из одного иероглифического знака (пример (13)), сложные или корнесложные слова, которые состоят из двух и более иероглифических знаков (пример (14)):

- (13) 老婆, 我爱你, 老妈还在呢! 'Жена, я тебя **люблю**, мама еще здесь!' («一家亲»);  
 (14) 妈, 你别生气呀! 'Мама, **не злись!**' («一家»).

Сводная информация о структурных типах эмотивов, используемых в трех исследуемых фильмах, и показатели их частотности даны в табл. 3.

Таблица 3. Сопоставительные данные словообразовательных характеристик эмотивов в фильмах на английском, русском и китайском языках

| Структурные типы эмотивов           | Показатели частотности | «Driving Lessons» | «Холоп» | «一家亲» |
|-------------------------------------|------------------------|-------------------|---------|-------|
| Слова                               | Abs.*                  | 297               | 448     | 398   |
| Простые (однокоренные) слова        | Abs.                   | 115               | 132     | 69    |
|                                     | Rel.**                 | 38,7              | 29,3    | 17,4  |
| Производные (аффиксация, конверсия) | Abs.                   | 181               | 261     | 133   |
|                                     | Rel.                   | 61,0              | 58,1    | 33,4  |
| Словосложение (корнесложные)        | Abs.                   | 1                 | 57      | 196   |
|                                     | Rel.                   | 0,3               | 12,6    | 49,2  |
| Словосочетания                      | Abs.                   | 23                | 31      | 11    |

Примечание: \* — абсолютные единицы (количество).

\*\* — относительные единицы (%).

С учетом сведений, представленных в табл. 3, мы можем заключить, что как в англоязычном, так и в русскоязычном фильме преобладают эмотивы, образованные посредством аффиксации (суффиксации или префиксации). В отличие от данных фильмов в кинокомедии на китайском языке наибольшей частотностью обладают корнесложные эмотивы. Таким образом, с точки зрения структурных

особенностей эмотивов кинокомедия «一家亲» существенно отличается от фильмов на английском и русском языках, между которыми наблюдается сходство. При этом в отличие от русскоязычного кинопроизведения в фильмах на английском и китайском языках используются эмотивы, образованные посредством конверсии (19 и 22 словоупотреблений соответственно), например: *love* ('любить') < *love* ('любовь'), *hope* ('надежда') < *hope* ('надеяться'); 委屈 ('обида') < 委屈 ('обидеть'), 诚心 ('искренний') < 诚心 ('искренность').

Необходимо также отметить, что в подавляющем большинстве случаев производные и сложные структурные формы английских и русских эмотивов являются конвенциональными, ср.: *lovely*, *happiness*, *jealous*; любимый, соскучиться, жалко. Следовательно, на словообразовательном уровне креативный потенциал эмотивов фактически не проявляется в кинокомедиях «Driving Lessons» и «Холоп». При этом в фильме на русском языке стоит отдельно упомянуть слова со словообразовательной моделью «существительное + уменьшительно-ласкательный (или диминутивный) суффикс», например: *папенька*, *ножки*, *денежки*, *Левочка*, *Гришенька*, *Лизонька*, *Авдейка*. Образование данных эмотивов в русскоязычном кинопроизведении является ситуационно обусловленным, их использование направлено на достижение определенной эстетической и прагматической задачи — выражения этико-эстетической категории комического и создание юмористического эффекта, что позволяет квалифицировать их как случаи проявления креативности, степень которого определяется как незначительная.

Словообразовательная креативность китайских эмотивов проявляется в редуплицировании единиц, основанных на корнесложении. Например, 白白胖胖 — это прилагательное, которое описывает человека с белоснежной кожей и пухлым телом (白白 'белоснежный' + 胖胖 'полненький'), т.е. имплицитно указывает на пышущее здоровьем. На русский язык данную лексему можно перевести как «кровь с молоком». При помощи редупликации лексема приобретает яркую эмоциональную окрашенность: 白 'белый', 白+白 'белоснежный', 胖 'полный', 胖+胖 'пухленький'. Кроме того, нами был обнаружен единичный случай окказиональной конверсии, ср.:

- (15) — 这大宝怎么还不出来呀.真墨迹. — 来了. 来来来. 我来了. '— Почему Дабао до сих пор не появился? Очень медлительный. — Пришел. Давай, давай, давай. Я пришел.' («一家亲»).

В первом предложении примера (15) лексема 来 выступает в качестве глагола 'приходить'. Во втором предложении, где наблюдается упорядоченное тройное повторение данной единицы 来来来, лексема 来 переходит в статус модальной частицы со значением 'а ну-ка, а ну-давай'. Креативный потенциал данной лексемы обусловлен графической структурой знака. Являясь пиктограммой, данный знак отображает в схематическом виде росток, который пробивается сквозь почву земли. Использование редупликации и конверсии могут быть отнесены к случаям языковой игры, направленной на достижение комического восприятия, что сближает данный фильм с русскоязычной кинокомедией.

## Грамматические особенности эмотивной лексики в фильмах на английском, русском и китайском языках

Одной из важных грамматических характеристик эмотивов-слов, используемых в кинодискурсе, является их частеречная принадлежность. Согласно анализу, в изучаемых кинокартинах доминируют мотивы, принадлежащие к разным частям речи. Сводные результаты см. в табл. 4.

Таблица 4. Сопоставительные данные грамматических характеристик эмотивов в фильмах на английском, русском и китайском языках

| Части речи      | Показатели частотности | «Driving Lessons» | «Холоп» | «一家亲» |
|-----------------|------------------------|-------------------|---------|-------|
| Глаголы         | Abs.*                  | 94                | 133     | 103   |
|                 | Rel.**                 | 31,6              | 30,0    | 25,9  |
| Существительные | Abs.                   | 50                | 109     | 52    |
|                 | Rel.                   | 16,7              | 24,3    | 13,0  |
| Прилагательные  | Abs.                   | 118               | 60      | 72    |
|                 | Rel.                   | 40,0              | 13,2    | 18,0  |
| Наречия         | Abs.                   | 11                | 16      | 38    |
|                 | Rel.                   | 3,7               | 3,5     | 9,5   |
| Междометия      | Abs.                   | 24                | 130     | 133   |
|                 | Rel.                   | 8,0               | 29,0    | 33,6  |

Примечание: \* — абсолютные единицы (количество).

\*\* — относительные единицы (%).

Как показано в табл. 4, в англоязычном фильме наиболее частотны адъективные и глагольные эмотивы (40 и 31,6 % соответственно), в русскоязычном фильме преобладают фактически в равной мере глагольные и междометные эмотивы (30 и 29 % соответственно), а в фильме на китайском языке доминируют междометные и глагольные эмотивные единицы (33,4 и 25,9 % соответственно), например:

- (16) *You've got lovely hair.* 'У вас прекрасные волосы.' («Driving Lessons»);
- (17) *I'm so proud of Ben.* 'Я очень горжусь Беном.' («Driving Lessons»);
- (18) *I have humiliated myself quite enough already.* 'Я уже и так достаточно себя унизила.' («Driving Lessons»);
- (19) *Слушайте, а то я лошадь свою побаиваюсь, она у вас какая-то припадочная.* («Холоп»);
- (20) *Артем, не паникуй, сейчас мы чего-нибудь придумаем.* («Холоп»);
- (21) *Ах, Господи...* («Холоп»);
- (22) *诶, 我妈的车, 我妈回来了* 'Ого, машина моей мамы, моя мама вернулась!' («一家亲»);
- (23) *噢! 我妈回来了* 'Эге! Моя мама вернулась.' («一家亲»);
- (24) *妈, 不担心了啊!* 'Мама, не беспокойся!' (к/ф «一家亲»).

В фильме на английском языке адъективные эмотивы отличаются значительным разнообразием, ср.: *attractive* ('привлекательный'), *ridiculous* ('смешной, нелепый'), *queer* ('странный'), *jealous* ('ревнивый'), *afraid* ('боящийся, испуганный'), *wonderful* ('замечательный'), *nice* ('милый'), *wicked* ('злой'). Наиболее частотным является адъективный эмотив *sorry*, передающий состояние вины (33 словоупотребления). Вторая по частотности глагольная группа, напротив, не является разнообразной по составу входящих в нее эмотивов. Среди английских глагольных эмотивов наибольшее количество употреблений у глагола *thank*, обозначающего чувство благодарности или признательности (26 словоупотреблений), и у таких близких по значению глаголов, как *want* ('хотеть'), *like* ('нравиться, хотеть'), *wish* ('хотеть, желать'), *need* ('нуждаться'), *prefer* ('нравиться, хотеть, предпочитать'), а также у глагола *feel* ('чувствовать'). Иначе дело обстоит с глагольными эмотивами в русскоязычном фильме, который отличается достаточно широким диапазоном единиц этой частеречной принадлежности, ср.: удивить, жалеть, хотеть, благодарить, любить, нравиться, злить, целовать, умолять/молить, просить, (ис-/на-)пугать, бояться, переживать, паниковать, реветь, радоваться, оскорблять, извиняться, прощать, шутить и др. Глагол *хотеть* характеризуется наибольшей частотностью (25 словоупотреблений). В отличие от глаголов междометия — второй по количеству употреблений частеречный класс эмотивов — представлены ограниченным количеством единиц, повторяющихся в кинокомедии на русском языке. Преимущественно это разного рода восклицания, ср.: *Ах!*, *Ой!*, *Ох!*, *Вау!*, *Свят-свят-свят!*, *Слава Богу!*, *спасибо*. Междометие, выражающее смех (*Ха!*, *Ха-ха!*), является наиболее частотным — более 60 словоупотреблений в простой и составной формах. Особого внимания заслуживают эмотивы-междометия, используемые в фильме на китайском языке. Несмотря на то что в ходе исследования было выделено всего 8 междометий, они имеют широкую контекстную реализацию в изучаемом фильме, ср.: 呀 'Ой! Ого!' (71 словоупотребление), 哎呀 'Ой-ой! Ай-яй!' (28), 啊 'А!' (17), 嗯 'А?' (6), 哦 'А-а!' (5), 哎呦 'Ах!' (4) и единичные случаи использования междометий 噢 'Эй! Эге!' и 诶 'Э! Ого!'. По сравнению с междометиями эмотивных глаголов, составляющих вторую по частотности частеречную группу в китайском фильме, большее количество — 38 единиц, но при этом они не столь активно функционируют в рассматриваемом фильме, например: 想 'думать, скучать' (21 словоупотребление), 知道 — 'обладать (о чувстве)' (11), 爱 'любить' (5), 担心 'беспокоиться' (4), 喜欢 'нравиться' (4), 气死 'разъяриться' (4), 着急 'горячиться, волноваться' (3), 哭 'плакать' (2), 笑 'смеяться' (1).

Общей чертой сравниваемых фильмов является наименьшее количество использования в них адвербиальных эмотивов, ср.: *frankly* ('откровенно, честно'), *kindly* ('любезно'), *gently* ('мягко'), *hopelessly* ('безнадежно'), *sincerely* ('искренне'); ужасно, дико, дофига, спокойно, смело; 这么 ('настолько'), 太 ('чересчур, весьма, крайне'), 挺 ('в высшей степени'), 最 ('самый').

Проведенный сопоставительный анализ грамматических особенностей эмотивов выявляет факт того, что во всех трех исследуемых фильмах эмоционально-чувственная информация передается комплексом вербальных способов: номинативно, экспрессивно и дескриптивно (или описательно). При этом в отличие от англо- и русскоязычной кинокомедий фильм на китайском языке в большей мере экспрессивен, что обусловлено ролью междометий в китайской лингвокультуре для выражения различных психологических состояний человека и спецификой их

функционирования. Согласно анализу, о реализации креативного потенциала эмотивов на грамматическом уровне свидетельствуют степень (или глубина, объем) проявления или использования грамматических значений и грамматических форм эмотивов разной частеречной принадлежности, обусловленные главными эстетическими и прагматическими установками игровых фильмов комедийного жанра — формированием комического восприятия. Как было установлено, для достижения этой задачи особой релевантностью в фильмах «Driving Lessons» и «Холоп» обладают более сложные грамматические формы и грамматические значения глагольных и адъективных эмотивов, ср.:

- (25) *I just want you to know...* ‘Я просто хочу, чтобы вы знали...’ («Driving Lessons»);  
 (26) *Well, I expect you'll be wanting to get back to your mother.* ‘Что ж, я полагаю, ты хочешь вернуться к своей матери.’ («Driving Lessons»);  
 (27) — *Очень оригинально, сейчас все в клубе будут шампанское пить. — Так пооригинальней?* («Холоп»).

Сопоставление примеров (25) и (26) позволяет констатировать креативный характер использования глагола *want* во втором примере. Сложная грамматическая форма и усложненное грамматическое значение порождают многозначность, обыгрывая невыраженный противоположный смысл произносимой фразы, что придает ей едко-иронический оттенок и производит комический эффект. В примере (27) выражение категории комического осуществляется за счет неконвенционального использования адъективного эмотива в сравнительной степени сравнения. В отличие от англо- и русскоязычных фильмов, в кинокомедии на китайском языке лингвокреативный потенциал посредством грамматических средств не реализуется.

### ***Семантические особенности эмотивной лексики в фильмах на английском, русском и китайском языках***

В результате анализа семантических свойств эмотивов, используемых в изучаемых кинокомедиях, были выделены языковые единицы, передающие три основных типа эмоций и чувств: позитивные, негативные и нейтральные. Сводные сведения о полученных результатах приводятся в табл. 5.

**Таблица 5. Сопоставительные данные по модальности эмотивов в фильмах на английском, русском и китайском языках**

| Основные типы эмоций по модальности | Показатели частотности | «Driving Lessons» | «Холоп» | «一家亲» |
|-------------------------------------|------------------------|-------------------|---------|-------|
| Позитивные                          | Abs.*                  | 140               | 205     | 136   |
|                                     | Rel.**                 | 43,6              | 42,8    | 33,2  |
| Негативные                          | Abs.                   | 138               | 238     | 250   |
|                                     | Rel.                   | 43,0              | 49,7    | 61,1  |
| Нейтральные                         | Abs.                   | 43                | 36      | 23    |
|                                     | Rel.                   | 13,4              | 7,5     | 5,7   |

Примечание: \* — абсолютные единицы (количество).

\*\* — относительные единицы (%).

Согласно данным табл. 5, в британской кинокомедии единицы, вербализирующие позитивные эмоции, преобладают с незначительным отрывом от единиц, представляющих негативные эмоциональные состояния киноперсонажей, например: *dear* ('дорогой'), *excellent* ('превосходный'), *love* ('любовь'), *kind* ('добрый'), *disgrace* ('позор, позорить'), *abuse* ('оскорблять'), *terrible* ('ужасный'), *hopeless* ('безнадежный'). В российском фильме наибольшей частотностью характеризуются эмотивы с негативной оценкой, например: *ужасно*, *жуткий*, *испугать*, *скучать*, *цинизм*, *злоба*. В кинопроизведении на китайском языке, как и в российской кинокартине, преобладают единицы, репрезентирующие негативные эмоции, например: 哭 'плакать', 着急 'горячиться, волноваться', 吃苦 'хлебнуть горя', 想 'думать, скучать'.

Показатели частотности нейтральных эмотивов являются низкими во всех трех исследуемых фильмах, например: *want* 'хотеть', *need* 'нуждаться'; *хотеть*, *желать*; 理解 'понимать, воспринимать'.

Во всех анализируемых фильмах для выражения негативных эмоций и чувств характерно использование инвективной, или бранной, лексики. В фильме на английском языке используются также обценные слова и выражения, ср., например:

- (28) *F\*\*\* you, you little f\*\*\*ers!* («Driving Lessons»);
- (29) *It's all so f\*\*\*ing green!* («Driving Lessons»);
- (30) Ты видела, как я этого *дебила* напугал? («Холоп»);
- (31) *Сволочь ты и эгоист!* («Холоп»);
- (32) 臭婆娘! 'Стерва!' («一家亲»);
- (33) 坏蛋! 'Негодяй!' («一家亲»).

Стоит особо отметить, что во всех исследуемых фильмах для репрезентации определенной эмоционально-чувственной информации употребляются слова, способные передавать не одну, а ряд близких по модальности эмоций, например восторг, восхищение, удивление и т. д. В англо- и русскоязычных фильмах это реализуется главным образом междометиями. В китайском фильме единицами с комплексной эмоциональной манифестацией служат и другие части речи или их сочетания. В качестве примера приведем следующие контексты:

- (34) 哎呦宝贝女儿想死妈来! 'Ах, любимая дочка до смерти хочет, чтобы мама приехала!' («一家亲»);
- (35) 哎呀, 阿弥陀佛, 太好了! 男孩女孩呀? 'О, Амитабха! Великолепно! Мальчик или девочка?' («一家亲»).

Пример (34) демонстрирует передачу такого комплекса эмоций, как грусть и сильное желание, с помощью использования междометия 哎呦 'ах, ух, боже мой' и глагола 想 'хотеть' с глагольным модификатором 死 'до смерти'. Пример (35) представляет симультанную передачу трех эмоций — радости, удивления и восхищения. Данные эмоции представлены посредством междометий 哎呀 'Ой!, Ох!, Ай-яй!, Ой-ой!' (восклицание испуга, боли, удивления, досады) и 呀 'Ой!, Ого!, Эх!, Нда!' (выражение удивления, недоумения, досады), молитвенного причитания «О, Амитабха!» (ср. рус. *О господи!*, *Слава богу!*), а также экспрессивным выражением 太好了 'Отлично, великолепно!'

Как показало проведенное исследование, для репрезентации эмоционально-чувственной информации во всех трех кинокомедиях можно обнаружить как прямые, так и непрямые номинации. Их соотношение дано в табл. 6.

Таблица 6. Соотношение прямых и непрямых номинаций эмоционально-чувственной информации в фильмах на английском, русском и китайском языках

| Основные семантические типы номинаций | Показатели частотности | «Driving Lessons» | «Холоп» | «一家亲» |
|---------------------------------------|------------------------|-------------------|---------|-------|
| Прямые номинации                      | Abs.*                  | 274               | 421     | 44    |
|                                       | Rel.**                 | 85,6              | 87,9    | 10,7  |
| Непрямые (косвенные) номинации        | Abs.                   | 46                | 58      | 363   |
|                                       | Rel.                   | 14,4              | 12,1    | 89,3  |

Примечание: \* — абсолютные единицы (количество).

\*\* — относительные единицы (%).

Из сведений, представленных в табл. 6, следует, что как в англо-, так и в русскоязычном фильме значительно преобладают прямые номинации эмоций и чувств, ср., например: *relief* — «relaxed happy feeling that you get because something bad has not happened» [MDO], *pity* — «to feel sorry for someone because they are in a bad situation» [MDO]; *радоваться* — «испытывать радость, предаваться радости» [TCO], *спокойный* — «не испытывающий волнения, тревоги» [TCE]. Единицы не прямой передачи эмоционально-чувственной информации имеют низкие показатели частотности в фильмах на английском и русском языках. Данные единицы представляют собой фразеологизмы (примеры (36)–(38) и (40)) или образные слова и переменные образные выражения, в основе которых лежат разные типы переосмысления (примеры (37), (39)–(41)), ср.:

- (36) *You lost your nerve*. ‘У тебя сдали нервы.’ («Driving Lessons»);
- (37) *Good God above, I am in Elysium!* ‘Боже правый, я в раю!’ («Driving Lessons»);
- (38) *Я закрываю эту богадельню к чертовой матери!* («Холоп»);
- (39) *I will not be bullied, even by an emotional cripple*. ‘Я не потерплю издевательств, даже со стороны эмоционального калеки.’ («Driving Lessons»);
- (40) *Мажор сам на нее запал, причем случайно*. («Холоп»);
- (41) *Этот старый хрен чего — совсем офигел?!* («Холоп»).

В русскоязычном фильме наиболее частотны не прямые номинации, представляющие эмоционально-чувственное отношение киноперсонажа посредством инвективных единиц, например: *скотина*, *тварь*, *поросенок*, *смерд*, *сволочь*, *придурок*, *паршивец*. В англоязычном фильме среди непрямых номинаций также используются неформальные слова и интенсификаторы, обценная лексика, характеризующаяся более высокой степенью проявления негативного эмоционально-чувственного состояния киноперсонажа, например: *bastard*, *beastly*, *bloody*, *s\*\*t*, *f\*\*\*er*.

В отличие от англо- и русскоязычных фильмов в кинокомедии на китайском языке для репрезентации различной эмоционально-чувственной информации более частотны не прямые номинации по сравнению с прямыми номинациями (см.

табл. 6), ср.: 哭 ‘плакать’, 笑 ‘смеяться’, 爱 ‘любить’; 发大火 ‘злиться’, 难看 ‘уродливый, некрасивый’, 坏蛋 ‘негодяй, мерзавец’. Они используются или создаются для передачи как позитивных, так и негативных эмоций и чувств и представляют собой как образные единицы, так и фразеологизмы, например:

- (42) 你何必发这么大火, 你打我! 啊! ‘Почему ты так **зол**, ты меня ударил!’ (发大火 — ‘злиться’, дословно — ‘выпускать пожар’) («一家亲»);
- (43) 快快快别说了, 赶快恢复原样, 不然我妈会发飙的! ‘Поторопись, перестань болтать, поторопись и верни все в исходное состояние, иначе моя мама **выйдет из себя!**’ (发飙 — дословно ‘выпустить ураган’) («一家亲»);
- (44) 我好心当成驴肝肺你! ‘Ты **мои хорошие намерения принимаешь за плохие!**’ (好心当成驴肝肺 — ‘доброе сердце принимать за волчье сердце и собачьи легкие’) («一家亲»).

Примечательными для сопоставительного исследования представляются и случаи использования инвективной лексики в кинокомедии на китайском языке для передачи негативных эмоций и чувств. Например, семантика бранного метафорического выражения 王八犊子, которое на русский язык переводится как «ублюдок, сукин сын», мотивирована культурно-историческими знаниями о Древнем Китае. Согласно анализу, в основе семантики данного выражения лежит прецедентное имя. Данное выражение состоит из двух лексем 王八 и 犊子. Согласно толковому словарю китайского языка, лексема 王八 имеет несколько значений: 1. В «Новой истории пяти династий» (新五代史) дается следующее описание молодого человека Ван Цзяня 王建: «Молодой негодяй, который забивает скот, крадет ослов и продает соль для личного пользования. Жители деревни называли его “бродяга” 贼王八, т. е. дословно восьмой глава разбойников, поэтому его называют Ван Ба. 2. Для обозначения мужа, которому изменила его жена. 3. Черепаха» [在线汉语字典]. В словарной статье лексемы 犊子 была выявлена только одна дефиниция — 小牛 ‘теленки’, в переносном значении ‘дитя, ребенок’. Таким образом, это метафорическое выражение отсылает к реальной исторической личности, которая послужила прототипом для номинации человека, который, совершив плохой поступок, может разгневать других.

Сопоставительный анализ семантических особенностей эмотивов показал, что их креативность проявляется в двух планах: 1) за счет семантических трансформаций, обусловленных модификациями базовых форм как конвенциональных образных слов или выражений, так и фразеологизмов (примеры (45)–(46)), и 2) за счет создания новых (образных) единиц, обозначающих, описывающих или выражающих то или иное эмоциональное отношение или психическое состояние киноперсонажа. Данную группу можно квалифицировать как инвенции (в терминологии В. И. Шаховского) (примеры (47)–(48)):

- (45) *Jesus... f\*\*\*ing Christ!* («Driving Lessons»);
- (46) — *На какой стадии отчаяния вы находитесь, на последней? Дошли до ручки? — Дошел. — Дошел. Прекрасно, значит, вы готовы на все!* («Холоп»);
- (47) *Пшел вон отсюда, хлебня моржовая!* («Холоп»);
- (48) — *Я слышу, что папа должен сильно любить мамочку! — Негодяй!* («一家亲»).

В примере (45) семантическая трансформация фразеологизма-междометия достигается за счет встраивания нового компонента в его базовую форму, которым является обценное слово. Семантическая трансформация прослеживается и в примере (46), однако она имеет более сложный характер. Значение фразеологизма *доходить до ручки* раскрывается в предшествующем его использованию предложении посредством метафорической номинации (*находиться на какой-либо стадии отчаяния*). В последующих репликах его форма дважды модифицируется за счет редукции (опущения компонентов *до ручки*), которая вызывает двойную актуализацию. Редуцированная форма сопровождается использованием эмотива *прекрасно*, благодаря которому развивается энантиосемия, т. е. передаваемое фразеологизмом плохое психическое состояние киногероя обретает положительную оценку. В примере (47) представлено созданное в русскоязычном фильме инвективное образное выражение, которое основано на метафорическом переосмыслении слова *хлебня* или на его неправильном использовании (см. *хлебня* — ‘место, где выпекается хлеб’ [ТСЕ] vs *хлебня* — оскорбительное обращение к главному киногерою в фильме). Креативным использованием отличается и слово *坏蛋* в примере (48), которое состоит из двух иероглифических знаков — *坏* ‘плохой, испорченный’ и *蛋* ‘яйцо’. Соответственно, первое значение данного слова — ‘тухлое яйцо’. Но в данном контексте оно употребляется в переносном смысле как бранное обращение «негодяй, прохвост, мерзавец, гадина». Креативным здесь является аффикс *蛋*. Он представляет собой родовую морфему для инвективных слов, образованных по типу *глупец*, *дурак* и т. д. Ранее мы также отмечали неконвенциональное использование иероглифического знака *臭* с узуальным значением ‘вонючий, тухлый’ [Красикова 2023]. Отдельно подчеркнем, что все выявленные нами случаи креативного использования эмотивов направлены на создание юмористического восприятия той или иной ситуации в анализируемых кинокомедиях и способствуют реализации в них этико-эстетической категории «комическое».

## Заключение

Проведенный анализ научной литературы, посвященной эмотивной лексике, выявил ряд наиболее актуальных направлений ее исследований, их многофокусный и многофакторный характер. Активная разработка методов и принципов анализа единиц, номинирующих, описывающих и/или выражающих эмоции и чувства, ведется в рамках разных национальных научных традиций и школ. Благодаря интеграции научных усилий в настоящее время существует значительное разнообразие подходов к теоретическому осмыслению путей развития и функционирования единиц, составляющих данную лексическую категорию в разных языках мира (в частности, в русском, английском и китайском языках). Рассмотренные в настоящей статье подходы раскрывают сложность в выработке определения эмотивов в силу их неразрывной связи с целым рядом близких феноменов (например, с экспрессивностью, коннотацией, эмоциональностью), показывают трудности в установлении жестких формальных критериев в их идентификации и типологии, обусловленные многомерностью эмоционально-чувственного опыта познания человеком мира, сложной природой человеческой психики и зачастую синкретичным характером проявлений разного рода эмоциональных состояний и реакций

Таблица 7. Межъязыковой эмотивный профиль фильмов с позиции лингвистической креативности

| Аспект сопоставления эмотивной лексики                            | Основной(-ые) критерий(-и) оценки эмотивной лексики                                                                                  | Соотношение фильмов с учетом степени проявленности и релевантности «аспекта сопоставления эмотивной лексики» |                  |                  | Межъязыковые сходства и различия в использовании эмотивной лексики как параметра лингвокреативности |                                           |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                                                   |                                                                                                                                      | 1                                                                                                            | 2                | 3                | сближаются                                                                                          | контрастирует                             |
| Участие и релевантность в построении вербальной структуры фильмов | Коэффициент активности параметра «эмотив и экспрессив»                                                                               | Китайский фильм                                                                                              | Российский фильм | Английский фильм | Английский и российский фильмы                                                                      | Китайский фильм                           |
| Словообразовательные особенности                                  | 1) Доминирующий структурный тип;<br>2) креативное использование словообразовательных средств в кинофильмах                           | Российский фильм                                                                                             | Китайский фильм  | Английский фильм | 1) Российский и английский фильмы<br>2) Российский и китайский фильмы                               | 1) Китайский фильм<br>2) Английский фильм |
| Грамматические особенности                                        | Доминирующие частеречные классы и их креативная реализация                                                                           | Английский фильм                                                                                             | Российский фильм | Китайский фильм  | Английский и российский фильмы                                                                      | Китайский фильм                           |
| Семантические особенности                                         | Объем использования непрямых (образных) номинаций, степень экспрессивности и специфика семантических трансформаций эмотивной лексики | Китайский фильм                                                                                              | Английский фильм | Российский фильм | по показателям частотности номинаций (образных)                                                     |                                           |
|                                                                   |                                                                                                                                      |                                                                                                              |                  |                  | Английский и российский фильмы                                                                      | Китайский фильм                           |
|                                                                   |                                                                                                                                      |                                                                                                              |                  |                  | по экспрессивности и семантическим трансформациям непрямым (образных) номинаций                     |                                           |
|                                                                   |                                                                                                                                      |                                                                                                              |                  |                  | Английский и российский фильмы                                                                      | Китайский фильм                           |

человека в непосредственной коммуникации, а также указывают на особую роль эмотивной лексики в построении дискурсов разных типов, в частности художественного дискурса и такой его разновидности, как кинодискурс. В нашей работе показано, что необходимость всестороннего изучения эмотивной лексики как важной составляющей вербальной системы кинопроизведений вызвана многими факторами. Одними из главных являются следующие: усиление научного интереса к полимодальным формам коммуникации, стремительно эволюционирующим под влиянием внедрения высоких технологий в различные сферы жизнедеятельности социумов, полимичность вопроса о роли естественного языка в построении фикциональной реальности фильма как многомерного гетеросемиотического художественного произведения, а также недостаточная изученность типологических особенностей и креативного потенциала эмотивной лексики, участвующая в построении фильмов на разных языках.

Предложенный в настоящей статье подход позволяет исследовать эмотивную лексику как параметр лингвистической креативности в полимодальном дискурсе. В результате применения: 1) разработанной нами системы критериев к отбору киноматериала на разных языках (на английском, русском и китайском); 2) метода параметризации лингвокреативности [Зыкова 2020: 27–29] для изучения отобранных кинопроизведений («Driving Lessons», «Холоп», «一家亲»); 3) созданного нами пошагового алгоритма изучения словообразовательных (или структурных), грамматических и семантических особенностей эмотивов, функционирующих в данных фильмах, — был сформирован межъязыковой эмотивный профиль. Данный профиль отражает специфику участия эмотивов в создании вербальной структуры анализируемых фильмов, а также значимые межъязыковые сходства и различия в реализации креативных возможностей эмотивной лексики в особом типе художественного дискурса — кинодискурсе — с учетом особенностей языковой системы (английской, русской и китайской), посредством которой он создается. В ходе исследования была разработана графическая репрезентация межъязыкового эмотивного профиля в форме таблицы (см. табл. 7).

Обобщая полученные в нашем исследовании результаты, считаем важным отметить установленную зависимость проявления креативного потенциала эмотивов от их словообразовательных, грамматических и семантических характеристик, обусловленных спецификой той языковой системы, которая используется для создания конкретного кинопроизведения. Дальнейшие перспективы изучения эмотивной лексики как параметра лингвокреативности мы видим в проведении сопоставительных исследований на материале фильмов на других языках (например, немецком, итальянском, испанском и т. д.), или на базе фильмов, относящихся к другим подтипам игрового кинодискурса и/или направлениям кино (например, к психологической драме, авторскому кино). Предложенная в нашей работе комплексная методология может быть использована для изучения эмотивной лексики в других разновидностях полимодального дискурса (рекламе, интернет-дискурсе и т. д.).

### Словари, источники, справочная литература

Син Фуи 2019 — Син Фуи. *Грамматика китайского языка*. Колпачкова Е. Н., Лебедева А. В., Сомкина Н. А., Фокина Е. Ю. (пер. с кит.); Колпачкова Е. Н. (науч. ред., пер.). СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2019.

- TCE — *Толковый словарь Ефремовой*. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/> (дата обращения: 30.04.2023).
- ТСО — *Толковый словарь Ожегова*. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/> (дата обращения: 01.05.2023).
- Эйзенштейн 1964 — Эйзенштейн С.М. *Избранные произведения в шести томах*. М.: Искусство, 1964.
- MDO — *Macmillan Dictionary Online*. [https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/pity\\_2](https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/pity_2) (дата обращения: 15.04.2023).
- 在线汉语字典 — *Online Chinese Dictionary*. <https://www.zdic.net/> (дата обращения: 10.04.2023).
- 陈承泽 1922 — 陈承泽. *国文法草创, 古汉语语法书*. 北京: 商务印书, 1922. [Chen Chengze. *Creation of Chinese Grammar, Ancient Chinese Grammar Book*. Beijing: Commercial Press, 1922.] (На кит. яз.)
- 马建忠 1954 — 马建忠. *马氏文通校注, 上册* 中华书局, 1954. [Ma Jianzhong. *Annotated by Ma Shiwen-tong. Vol. 1. Zhonghua: Zhonghua Book Company, 1954.*] (На кит. яз.)
- 吕叔湘 1942 — 吕叔湘. *中国文法要略*. 北京: 商务印书馆, 1942. [Lu Shuxiang. *Essentials of Chinese Grammar*. Beijing: The Commercial Press, 1942.] (На кит. яз.)
- 廖序东 1983 — 廖序东. *现代汉语*. 北京: 甘肃人民出版社, 1983. [Liao Xudong. *Modern Chinese*. Beijing: Gansu People's Publishing House, 1983.] (На кит. яз.)
- 刘月华 1983 — 刘月华. *实用现代汉语语法*. 北京: 外语教学与研究出版社, 1983. [Liu Yuehua. *Practical Modern Chinese Grammar*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 1983.] (На кит. яз.)
- 范晓, 杜高印, 陈光磊 1987 — 范晓, 杜高印, 陈光磊. *汉语动词概述*. 上海: 上海教育出版社, 1987. [Fan Xiao, Du Gaoyin, Chen Guanglei. *Overview of Chinese verbs*. Shanghai: Shanghai Education Press, 1987.] (На кит. яз.)
- 郭大方 1994 — 郭大方. *现代汉语动词分类词典*. 吉林: 吉林教育出版社, 1994. [Guo Dafang. *Modern Chinese Verb Classification Dictionary*. Jilin: Jilin Education Press, 1994.] (На кит. яз.)
- 邵敬敏 2001 — *现代汉语通论*. 上海: 上海教育出版社, 2001. [Shao Jingmin. *General Theory of Modern Chinese*. Shanghai: Shanghai Education Press, 2001.] (На кит. яз.)

## Литература

- Апресян, Апресян 1993 — Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций. *Вопросы языкознания*. 1993, (3): 27–35.
- Беляевская 2015 — Беляевская Е. Г. Медийный дискурс: когнитивные модели интерпретации события (на мат-ле англ. яз.). *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2015, 3 (44): 5–13.
- Гак 2016 — Гак В. Г. *Языковые преобразования. Виды языковых преобразований. Факторы и сферы реализации языковых преобразований*. М.: Либроком, 2016.
- Зыкова 2010 — Зыкова И. В. *Культура как информационная система: Духовое, ментальное, материально-знаковое*. М.: Либроком, 2010.
- Зыкова 2015 — Зыкова И. В. *Концептосфера культуры и фразеология: теория и методы лингвокультурологического изучения*. М.: URSS, 2015.
- Зыкова 2020 — Зыкова И. В. Методологические векторы изучения лингвистической креативности в кинодискурсе. *Уральский филологический вестник. Сер.: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива*. 2020, 2 (29): 23–36.
- Зыкова 2021 — *Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности*. Зыкова И. В. (отв. ред.). М.: Р. Валент, 2021.
- Зыкова, Киосе 2020 — Зыкова И. В., Киосе М. И. Параметризация лингвистической креативности в междискурсивном аспекте: кинодискурс vs дискурс детской литературы. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2020, (2): 26–40.
- Ионесян 2020 — *Эмоциональная сфера человека в языке и коммуникации: синхрония и диахрония — 2020: м-лы междунар. конф.* Ионесян Е. Р. (отв. ред.). М., 2020.
- Ионова 2023 — Ионова С. В. Эмоциональная доминанта текста: некоторые лингвистические аспекты исследования. *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание*. 2023, 22, (1): 13–27.

- Красикова 2023 — Красикова Е. А. Креативный потенциал форм обращения в китайском кинодискурсе. *Когнитивные исследования языка*. 2023, 3 (54): 463–466.
- Пищальникова 2023 — Пищальникова В. А. Принципы психолингвистического анализа текста и теория эмоций. *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание*. 2023, 22 (1): 5–12.
- Телия 1996 — Телия В. Н. *Русская фразеология: Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты*. М.: Языки русской культуры, 1996.
- Шахаева 2022 — Шахаева А. А. Смеяться бровями, Или яркая палитра глаголов смеха в китайском языке. В кн.: *Вокруг смеха за шесть языков*. М.: Триумф, 2022. С. 173–204.
- Шаховский 2009 — Шаховский В. И. *Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии*. Волгоград: Перемена, 2009.
- Шаховский 2014 — Шаховский В. И. Эмотивная лингвоэкология: комплексный подход к изучению языка, речевой деятельности и человека. *Вопросы психолингвистики*. 2014, 1 (19): 13–21.
- Шаховский 2019 — Шаховский В. И. Эмоциональная картина мира в вербальной презентации. *Мир русского слова*. 2019, (1): 35–43.
- Bi 2017 — Bi H. *A Study of Cultural Interaction and Linguistic Contact: Approaching Chinese Linguistics from the Periphery*. Chun-chieh Huang. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2017.
- Gibbs, Van Orden 2003 — Gibbs R., Van Orden G. Are emotional expressions intentional? A self-organizational perspective. *Consciousness & Emotion*. 2003, 4 (1): 1–16.
- Kövecses 2000 — Kövecses Z. *Metaphor and Emotion. Language, Culture, and Body in Human Feeling*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Leggitt, Gibbs 2000 — Leggitt J., Gibbs R. *Emotional reactions to verbal irony. Discourse Processes*. 2000, 29 (1): 1–24.
- Lin 2015 — Lin B. 2015. *Emotion categorization and early bilinguals: A study of Chinese-English bilinguals' understanding of the shame category*. PhD thesis. Singapore, 2015.
- Pinker 1997 — Pinker S. *How the Mind Works*. New York: W. W. Norton & Co, 1997.
- 邢福义 2006 — 邢福义. *汉语被动表述问题研究新拓展*. 北京: 华中师范大学出版社, 2006. [Xing Fuyi. *New expansion of research on Chinese passive expressions*. Beijing: Central China Normal University Press, 2006.] (На кит. яз.)

Статья поступила в редакцию 19 мая 2023 г.  
Статья рекомендована к печати 3 ноября 2023 г.

*Irina V. Zykova*

Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences,  
1, Bolshoy Kislovsky per., Moscow, 125009, Russia  
irina\_zykova@iling-ran.ru

*Elizaveta A. Krasikova*

Moscow State Linguistic University,  
38, ul. Ostozhenka, Moscow, 119034, Russia  
krasikova.liza@mail.ru

## **Emotive units in the cinematic discourse from the position of linguistic creativity (the case study of films in English, Russian and Chinese)\***

**For citation:** Zykova I. V., Krasikova E. A. Emotive units in the cinematic discourse from the position of linguistic creativity (the case study of films in English, Russian and Chinese). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2024, 21 (1): 182–207.  
<https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.110> (In Russian)

---

\* The research was funded by the Russian Science Foundation grant (project no. 19-18-00040) at the Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences.

The article aims at developing the approach to the study of the interlanguage specifics of the realization of the creative potential of emotive vocabulary in multimodal (cinematic) discourse. The starting point is the identification of a range of key issues in the modern study of various means and ways of conceptualizing emotions in language and discourse. The principles of selection of film material, which are films in English, Russian and Chinese, are described in detail. Special attention is paid to the description of the method of parametrization of linguistic creativity in discourse and the justification for the allocation of such a linguo-creative parameter as “emotive and expressive units”. The frequency of activation of the parameter under study is determined. Word-formation (or structural), grammatical and semantic characteristics of units representing emotions and feelings of film characters are consistently analyzed. The use of the developed complex methodology has resulted in establishing the role of units denoting emotions and feelings in the construction of the verbal system of films in English, Russian and Chinese. Based on the comparison an interlanguage emotive profile is formed. The profile reflects the methods, aspects and criteria for evaluating the manifestation of the creative potential of emotive vocabulary relevant to films in languages of different systems. The dependence of the manifestation of the creative potential of emotive units on their structural, grammatical and semantic properties due to the specifics of the language system that is used to create a specific film production is established.

**Keywords:** cinematic discourse, linguistic creativity, emotive lexis, parametrization.

## References

- Апресян, Апресян 1993 — Apresian V. Iu., Apresian Iu. D. Metaphor in the semantic representation of emotions. *Voprosy iazykoznaniiia*. 1993, (3): 27–35. (In Russian)
- Беляевская 2015 — Beliaevskaia E. G. Media discourse: Cognitive models used to interpret events (based on british and american quality press). *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*. 2015, 3 (44): 5–13. (In Russian)
- Гак 2016 — Gak V. G. *Language transformations. Types of language transformations. Factors and areas of implementation of language transformations*. Moscow: Librokom Publ., 2016. (In Russian)
- Зыкова 2010 — Zyкова I. V. *Culture as an information system: Spiritual, mental, material and symbolic*. Moscow: Librokom Publ., 2010. (In Russian)
- Зыкова 2015 — Zyкова I. V. *Conceptosphere of culture and phraseology: Theory and methods of linguocultural study*. Moscow: URSS Publ., 2015. (In Russian)
- Зыкова 2020 — Zyкова I. V. Methodological vectors of the study of linguistic creativity in the cinematic discourse. *Ural'skii filologicheskii vestnik: Ser.: Iazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa*. 2020, 2 (29): 23–36. (In Russian)
- Зыкова 2021 — *Linguocreativity in different types of discourse: Limits and possibilities: a collective monograph*. Zyкова I. V. (ed.). Moscow: R. Valent Publ., 2021. (In Russian)
- Зыкова, Киосе 2020 — Zyкова I. V., Kiose M. I. Parameterization of linguistic creativity in the Inter-discursive aspect: Film Discourse vs Children's Literature discourse. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*. 2020, (2): 26–40. (In Russian)
- Ионесян 2020 — *The emotional sphere of a person in language and communication: synchrony and diachrony — 2020: materialy mezhdunarodnoi konferentsii*. Ionesian E. R. (ed.). Moscow, 2020. (In Russian)
- Ионова 2023 — Ionova S. V. Emotional dominance of the text: some linguistic aspects of the study. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2: Iazykoznanie*. 2023, 22 (1): 13–27. (In Russian)
- Красикова 2023 — Krasikova E. A. Creative potential of forms of address in Chinese cinematic discourse. *Kognitivnye issledovaniia iazyka*. 2023, 3 (54): 463–466.
- Пищальникова 2023 — Pishchal'nikova V. A. Principles of psycholinguistic text analysis and theory of emotions. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 2: Iazykoznanie*. 2023, 22 (1): 5–12. (In Russian)
- Телия 1996 — Teliia V. N. *Russian Phraseology. Semant., pragmat. i lingvokul'turoi. Aspekty*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ., 1996. (In Russian)
- Шахаева 2022 — Shakhhaeva A. A. Laugh with eyebrows, or a bright palette of verbs of laughter in Chinese. In: *Vokrug smekha za shesť iazykov*. Moscow: Triumf Publ., 2022. P. 173–204. (In Russian)

- Шаховский 2009 — Shakhovskii V.I. *Language and emotions in the aspect of linguoculturology*. Volgograd: Peremena Publ., 2009. (In Russian)
- Шаховский 2014 — Shakhovskii V.I. Emotive linguoecology: An integrated approach to the study of language, speech activity and human. *Voprosy psikholingvistiki*. 2014, 1 (19): 13–21. (In Russian)
- Шаховский 2019 — Shakhovskii V.I. Emotional picture of the world in a verbal presentation. *Mir russkogo slova*. 2019, (1): 35–43. (In Russian)
- Bi 2017 — Bi H. *A Study of Cultural Interaction and Linguistic Contact: Approaching Chinese Linguistics from the Periphery*. Chun-chieh Huang. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2017.
- Gibbs, Van Orden 2003 — Gibbs R., Van Orden G. Are emotional expressions intentional? A self-organizational perspective. *Consciousness & Emotion*. 2003, 4 (1): 1–16.
- Kövecses 2000 — Kövecses Z. *Metaphor and Emotion. Language, Culture, and Body in Human Feeling*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Leggitt, Gibbs 2000 — Leggitt J., Gibbs R. *Emotional reactions to verbal irony*. *Discourse Processes*. 2000, 29 (1): 1–24.
- Lin 2015 — Lin B. 2015. *Emotion categorization and early bilinguals: A study of Chinese-English bilinguals' understanding of the shame category*. PhD thesis. Singapore, 2015.
- Pinker 1997 — Pinker S. *How the Mind Works*. New York: W. W. Norton & Co, 1997.
- 邢福义 2006 — 邢福义. 汉语被动表述问题研究新拓展. 北京: 华中师范大学出版社, 2006. [Xing Fuyi. *New expansion of research on Chinese passive expressions*. Beijing: Central China Normal University Press, 2006.] (In Chinese)

Received: May 19, 2023  
Accepted: November 3, 2023