

Филология: научные исследования

*Правильная ссылка на статью:*

Гавриш А.Д., Желтухина М.Р. — Эмотивы в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе: сопоставительный анализ // Филология: научные исследования. – 2021. – № 12. – С. 11 - 20.  
DOI: 10.7256/2454-0749.2021.12.37117 URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=37117](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=37117)

## **Эмотивы в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе: сопоставительный анализ**

**Гавриш Алеся Дмитриевна**

ORCID: 0000-0002-4791-5852

аспирант кафедры германистики и лингводидактики ГАОУ ВО г. Москвы "МГПУ"

105064, Россия, Московская область, г. Москва, пер. Малый Казенный, 5 Б

✉ [prostozachem@mail.ru](mailto:prostozachem@mail.ru)



**Желтухина Марина Ростиславовна**

ORCID: 0000-0001-7680-4003

доктор филологических наук

профессор кафедры английской филологии ФГБОУ ВО "ВГСПУ"

400005, Россия, Волгоградская область, г. Волгоград, пр. им В. И. Ленина, 27

✉ [zzmr@mail.ru](mailto:zzmr@mail.ru)



---

[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

### **DOI:**

10.7256/2454-0749.2021.12.37117

### **Дата направления статьи в редакцию:**

12-12-2021

### **Дата публикации:**

19-12-2021

**Аннотация:** Актуальность исследования обусловлена возрастающей значимостью эмоциональной стороны воздействия в современном медиакommunikationном процессе, а также тем фактом, что языковая личность политика в реалиях актуальных избирательных систем США и России может быть использована в качестве инструмента эмоционального воздействия на аудиторию, прежде всего, при помощи эмотивной лексики. Целью статьи является описание результатов сопоставительного исследования эмотивов в американском и русском медиадискурсе, выявленных в речи языковой личности политика. Материалом исследования выступают медиаречи кандидатов на пост президента США и России, охватывающие временной период с мая 2016 г. по апрель

2018 г. Методологическую базу исследования составляет лингвоэкологический и эмотиологический подходы, в частности, лингвистическая теория эмоций В. И. Шаховского, который выделяет три семантических статуса эмотивности лексики. Методы исследования: индуктивно-дедуктивный метод, дискурсивный анализ, эмотивный анализ, риторический анализ, интерпретативный анализ, сопоставительный анализ, количественный анализ. В результате исследования установлено, что языковая личность политика в американском и русском медиадискурсе активно и разнообразно презентует себя с помощью эмотивной лексики. Однако, степень интенсивности эмоциональных проявлений языковой личности российского политика является более высокой по сравнению с вербальными проявлениями эмоций американского политика. Выявленные эмотивы и их частотность в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе являются новым достижением для дискурсивной лингвистики, прагмалингвистики, эмотиологии. Исследование вносит вклад в развитие психолингвистики, политической лингвистики, медиалингвистики, имеет перспективы дальнейшего изучения эмотивов в политическом медиадискурсе в сравнительно-сопоставительном аспекте в разных лингвокультурах.

**Ключевые слова:** языковая личность политика, медиадискурс, эмоция, эмотивный анализ, эмотивы, аффективы, коннотативы, потенциативы, сопоставительный анализ, сопоставительное языкознание

В XXI веке все чаще фиксируется важность учета эмоциональной стороны речи человека, отмечается сильное эмоциональное воздействие на адресата в медиадискурсе. Особенно ярко это проявляется в политической медиакommunikации [4]; [15]. Индивидуальные эмоциональные проявления политика в публичном общении с электоратом через каналы массмедиа обуславливают превращение политика в инструмент индивидуального и коллективного эмоционального воздействия на аудиторию. Языковая личность политика реализуется в медиадискурсе, прежде всего, путем применения эмотивной лексики, чтобы выделиться в коммуникативной ситуации, привлечь к себе внимание адресата, эмоционально повлиять на его поведение и принятие решения в разных лингвокультурах [2]; [3]; [14]. В данной статье опишем результаты сопоставительного изучения эмотивов в американском и русском медиадискурсе, выявленных в речи языковой личности политика.

Введение в научный оборот новых категорий анализа позволяет эффективно использовать методику эмотивного анализа в лингвистической практике благодаря возможности идентификации оценочного знака эмоции [7, с. 7]. Эмотивный анализ включает в себя умение определять эмотивы (аффективы, коннотативы и потенциативы), т. е. то, как эмоции отражаются в семантике слов. В. И. Шаховский выделяет три семантических статуса эмотивности лексики [12, с. 33]:

- 1) аффективы – лексические единицы со статусом обязательной эмотивности, при котором эмотивное значение слова является единственным компонентом его лексического значения;
- 2) коннотативы – лексические единицы со статусом факультативной эмотивности, что составляет собственно коннотацию слова;
- 3) потенциативы – лексические единицы со статусом потенциальной эмотивности, то есть, эмотивный потенциал слова, который раскрывается лишь в рамках определенного

контекста.

В данной статье остановимся на эмоциональных проявлениях двух политиков мужского и двух политиков женского пола в американском и русском медиадискурсе. Представим эмотивный анализ медиаречей кандидатов на пост президента США (Д. Трамп и Х. Клинтон) и России (В. Жириновский и К. Собчак), охватывающих временной период предвыборных кампаний на пост Президента страны в США и России с мая 2016 г. по апрель 2018 г.

Эмотивный анализ речи Х. Клинтон от 25.08.2016 г. [\[10\]](#), показал, что эмоциональные проявления, транслируемые Х. Клинтон, были направлены на то, чтобы опорочить своего оппонента, связать его имя с негативными проявлениями, вызвать у аудитории чувство неуверенности и, воспользовавшись этим, предложить себя в качестве единственной фигуры, способной повлиять на ситуацию. Выявленные типы эмотивов:

Аффективы: *ignorant; insulting; horrible; hateful; racism; dark conspiracy theories; racist lie; rapists; Oh; steady stream of bigotry; fringe bigot; sinister; nasty things; public feud; extremist fringe; racist ideology; bullying and harassment* . (Невежественный; оскорбительный; ужасный; ненавистный; расизм; смутные теории заговора; расистская ложь; насильники; ох; непрекращающийся поток фанатизма; крайне фанатичный; зловещий; ужасные вещи; общественная вражда; крайне экстремистский; расистская идеология; запугивание и преследование ).

Потенциативы: *Trump's prejudice; Trump waiting in the wings somewhere; paranoid fever dream; Trump hires "the best people"; giving it a national megaphone* (здесь – негативное значение). (Предрассудки Трампа, крылатый Трамп, ждущий где-то; параноидальная лихорадочная мечта; Трамп нанимает "лучших людей"; придавая государственной огласке )

Коннотативы: *paranoia; profoundly dangerous disregard* ( с наведением эмотивной семы на наречие *profoundly*); *strength of the black church; pride of black parents; excellence* (здесь – усиление значимости и эмоциональности этих слов); *harmful stereotypes; lack of knowledge; nonsense* (здесь приобретает более негативный смысл); *death threats; overheated campaign rhetoric; attempts to muddy the water; loose cannon; a cruel irony; worst impulses; cooler heads; crazy; discriminating; godfather of extreme nationalism; fabulous team*. (Паранойя; чрезвычайно опасное игнорирование; сила афроамериканской христианской церкви, гордость темнокожих родителей, превосходство; вредные стереотипы; отсутствие знаний, ерунда; угрозы смерти; накал риторики предвыборной кампании; попытки «замутить воду»; свободное орудие; жестокая ирония; худшие импульсы; более холодные головы; сумасшедший; дискриминирующий; крестный отец крайнего национализма; невероятная команда ).

В своей работе «Деструктивность в политическом дискурсе» Я. А. Волкова и Н. Н. Панченко, анализируя речь Х. Клинтон, пришли к выводу о том, что она «стремится создать атмосферу страха и напряженности вокруг личности своего оппонента, посеять сомнения в его нормальности, способности принимать ответственные решения и руководить страной» [\[1, с. 161-178\]](#). Мы при анализе этой же речи при помощи методики определения эмоциональных компонентов, разработанной В. И. Шаховским, пришли к аналогичным заключениям.

Далее мы провели эмотивный анализ речи Д. Трампа от 09.11. 2016 г. [\[8\]](#). Анализ показал, что в основном эмоциональные проявления, транслируемые им в ходе речи,

были направлены на закрепление за ним образа защитника американского народа. В его речи присутствовал ряд эмотивов, несущих радикально-негативное значение, связанных с темами войны, терроризма, жестокости, создающих нагнетание эмоционального фона. К концу речи возросло количество позитивно-окрашенных эмотивов, подчеркивающих возможности Д. Трампа как политика и апеллирующих к игре на патриотических чувствах, специфичных для американской аудитории. Выявленные типы эмотивов:

Аффективы: *endless wars; terrorists; Radical Islamic terrorism; defeat and destroy; destruction; turmoil and suffering; suffering; crucial events; blackmailed; cyber warfare; financial warfare; ideological warfare; worse; failure; violence; disastrous civil wars; crisis; dead; chaos; aggression; degraded; offensive.* (Бесконечные войны; террористы; радикальный исламский терроризм; поражение и уничтожение; разрушения; беспорядки и страдания; страдания; критические события; шантаж; кибервойна; финансовая война; идеологическая война; хуже; неудача; насилие; катастрофические гражданские войны; кризис; смерть; хаос; агрессия; деградация; оскорбительный)

Потенциативы: *Putin has no respect for Hillary Clinton; bleachbit to acid wash her emails; she received a subpoena; Clinton's legacy in Iraq and Syria; Clinton put her emails on a secret server to cover-up her scandals; Make America Strong Again; Make America Safe Again; Make America Great Again* (вариации на тему слогана его предвыборной кампании); *One American Nation; American future* (апелляция к патриотическим чувствам, специфичных для американской аудитории). (Путин не уважает Хиллари Клинтон; зачищает свою электронную почту отбеливателем; она получила повестку в суд; наследие Клинтон в Ираке и Сирии; Клинтон поместила электронные письма на секретный сервер, чтобы скрыть ее скандалы; Сделать Америку снова сильной; Сделать Америку снова безопасной; Сделать Америку снова великой; единая американская нация; будущее Америки )

Коннотативы: *three crucial words: peace through strength; stable, peaceful world; proud; radical change; apology tour; proudly; support; love; has been choked off by sanctions; large portions of territory; threatens the US; lowest level; the smallest Army; hard-earned benefits; embrace true change; improper; minimum; never let you down; prosperous; generous.* (Три ключевых слова: мир через силу; стабильный, мирный мир; гордость; радикальные изменения; тур с извинениями; гордость; поддержка; любовь; были заданы санкциями; большая часть территории; угрожает США; самый низкий уровень; самая малочисленная армия; с трудом заработанные преимущества; с распростертыми объятиями принять истинные изменения; неуместные; минимум; никогда не подведу вас; процветающий; щедрый)

И. А. Якоба, исследуя воздействующий потенциал медиадискурса на примере, в том числе, выступлений Д. Трампа во время предвыборной гонки 2016 года, также отмечает, что предвыборным политическим речам Д. Трампа свойственно своего рода вовлечение адресата в совместное конструирование и визуализацию будущего, чем достигается особая аттрактивность его речей. В них, по мнению автора, «высказываются смыслы желаемого, должного и необходимого для современного американского адресата» [\[13, с. 19\]](#). Исследователи И. С. Голованова и Е. В. Болотова отмечают, что в речах Д. Трампа прослеживается солидарность с обычными гражданами США, выражаемая за счет использования лексических единиц, обозначающих защиту интересов населения и их основных «типичных» американских ценностей [\[5, с. 91\]](#).

Эмотивный анализ речи К.А. Собчак от 18.10.2017 г. [\[9\]](#) показал, что эмоциональные проявления, транслируемые ей в ходе речи, были направлены, по большей части, на дискредитацию образа действующей власти и на противопоставление себя остальным политикам в качестве достойного кандидата. Однако, это было сделано с соблюдением определенных этикетных норм, даже серьезные обвинения звучали органично, достаточно спокойно. Большое количество эмотивов, выраженных в виде метафор, придало речи особую образность, достаточно нетипичную для политического дискурса. На наш взгляд, добавлением такого «книжного лоска» К. А. Собчак подчеркнула свою причастность к журналистике, продемонстрировала навыки составления яркой привлекающей внимание речи. Она позиционировала себя в качестве европейского политика, который старается не отдаляться от правил политкорректности. Также в ее речи присутствовали эмотивы, апеллирующие к теме гендерных различий, с помощью использования которых К. А. Собчак противопоставляла себя остальным кандидатам-мужчинам. Этим она подчеркивала якобы имеющуюся острую постановку гендерных вопросов. Выявленные типы эмотивов:

*Аффективы: невероятные сложности; скомпрометировать; спекуляции диванных политологов; четвертьвековая несменяемость; чудовищная коррупция и пропаганда; засилье силовиков; война; международная изоляция; полная информационная блокада; нет!; бойкот; крайний и исключительный; хватит!; достали!; тотально-узурпированное властью; подхалимы; жесткие идеологические рамки; тотальное воровство; я излишне романтична; фальсификации; обманутое большинство; позор; прошу; наиболее важно; самое сложное; я прошу вас о помощи.*

*Потенциативы: друзей-либералов; Россия-европейская страна; европейские державы; демократические процветающие страны; общеевропейские ценности (демонстрация ее позиции как политика, поддерживающего европейскую систему ценностей); проблемы неподконтрольности и несменяемости; играть чужую роль; занимать чужое место; политики-циники; «системные» кандидаты; мы против всех этих вечных кандидатов; против всех (слоган ее предвыборной кампании, акцент на противопоставлении себя остальным кандидатам и действующей власти); я женщина; страшное мужское эго; мужские игры; женский голос (в данном случае – апелляция к теме гендерных различий и подчеркивание их существования в нашем обществе); я знаменита и даже популярна; я противоречивая фигура; я журналист, блондинка в шоколаде, дочь реформатора, член координационного совета российской оппозиции; я, может быть, не ваш кандидат (самопрезентация ее как особенного политика).*

*Коннотативы: хватит молчать; протестная волна; общественное поприще; очевидно; мазолит избирателям глаза; чаяния; игнорировать; бойкотировать; самые яркие и последовательные; лучшие из нас; равнодушие молчание ленивых; нечестные выборы; якобы подконтрольные авторитарной власти; молчаливое неучастие; совершенно мирный инструмент; как с дышлом; принесет плоды; попал под репрессивную машину власти; откаты; собрать по копейке с миллиона малообеспеченных людей; мы все в одной лодке; это не мы ее раскачиваем, нашу лодку перекосило; достаточно разумно; плохи дела; маловероятная победа; полезно для политического климата; обнажает лицемерие системы; глашатая претензий; ненасильственные действия; прозрачное финансирование; ангажированность властей; предвзятость Избиркомов; тяжесть предстоящего процесса; политика – искусство возможного в нашем вывернутом наизнанку мире.*

Можно констатировать, что медиаречь политика имеет две эмоциональные доминанты,

наложенные на основную когнитивную составляющую. Одна из этих эмоциональных составляющих – умелое использование эмоционально-насыщенных элементов таким образом, что они не перегружают медиаречь, а достаточно равномерно распределены по ней. Вторая, не столь явная, эмоциональная составляющая – особое использование местоимений, которые в меседже распределены более концентрированно, формируют очаги эмоциональной напряженности: «я/мы/вы/никто/я». В медиаречи рассматриваемого политика не наблюдается резкого контрастного противопоставления «я/они», или «мы/они». Однако, абстрактный противник подробно рассматривается, его действия анализируются, им дается эмоциональная оценка, позволяющая закрепить образ «чужих» для аудитории.

Эмотивный анализ речи В. В. Жириновского от 22.11.2017 г. [6] показал, что эмоциональные проявления, транслируемые им в ходе речи, были направлены в основном на гиперболизацию отдельных аспектов политической ситуации в стране и на ее границах. Эмотивы, которые мы выделили в ходе анализа речи, обладали, как правило, негативной окраской. В медиаречи В.В. Жириновский занимает позицию универсального обвинителя и защитника самых широких народных масс. Можно отметить в речи также неоднократные обращения к титульной нации, рассчитанные на привлечение внимания той части аудитории, которая считает себя русскими. В целом, речь В. В. Жириновского была перенасыщена эмоционально-значимыми элементами. Выявленные типы эмотивов:

*Аффективы: бездомный, безработный, голодный; бешеная дорожная сеть; самый жесткий удар; как его...; так сказать; ожирение; жесткий контроль; А?!; грабители-риелторы; вот; Ээ...; погибшие; долбали; фашисты; поминки; умершим; безвинная жертва; погиб; агрессивный; мощные экстремисты; расстреляли; террор; че он не пошел на это; но его убрали, его расстреляли; империя рухнула; опустить Америку; на грани гибели; плохо-плохо кончили; всех задушили; убили; раньше времени умер; вот щас .*

*Потенциативы: русский язык; русские школы; русская культура; русский мир; в русской земле (апелляция к целевой аудитории с ожидаемым высказыванием); никакого ЕГЭ (популистский ход, часто используемый им); год собаки – мой год (апелляция к аудитории, настроенной на восточные верования и мистические представления).*

*Коннотативы: хорошее настроение; ясная, четкая программа; с удовольствием; мы рады; олигархи; мажоры (оба слова с негативной коннотацией); мы открыли шлюз нашей избирательной кампании; самые хорошие выборы; обманывает людей; самое близкое к рабочим законодательство; вообще убрать; эти все Явлинские, Рыжковы (принижение роли политических оппонентов); не можем получить нормального человека.*

В. В. Жириновский в своей речи создает управляемый словесный хаос, в котором хорошо ориентируется, и которым оперирует при помощи гиперэмоциональных переходов от одной части речи к другой. Своеобразие его способа транслирования информации состоит в умелом сочетании использования обывательских стереотипов, действительно имевших место исторических фактов и футуристических обещаний, связанных, как правило, с насущными нуждами простого человека. Вся речь в совокупности представляет собой прочный эмоционально-связный конгломерат, который невозможно разрушить с помощью когнитивных построений. Эта специфическая целостность – отличительная черта многих речей В. В. Жириновского, в которых он продуцирует эмоционально-насыщенный текст без использования пейоративной лексики.

Далее мы подвергли результаты эмотивного анализа речей повторной обработке с

применением метода сопоставительного анализа. Проанализированные речи являются сопоставимыми по объему, кроме того, были выбраны схожие временные периоды – предвыборные кампании в США в 2016 г. и в России в 2018 г. Также были определены и языковые личности политиков – кандидатов в Президенты в США и в России. Политики были отобраны по двум основным критериям: 1) гендерный (Д. Трамп и В. Жириновский, Х. Клинтон и К. Собчак), 2) эмоциональный.

В результате комплексного анализа мы пришли к следующим выводам. Политический медиадискурс США и России является эмоционально-насыщенным, языковая личность политика активно и разнообразно вербально презентует себя, демонстрируя широкий диапазон эмоций. Среднее арифметическое эмотивов в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе в период предвыборных кампаний 2016-2018 гг. составляет 61 эмотив в речи (20 минут).

Для наглядности представим количественные результаты анализа эмотивов в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе в таблице.

**Таблица**

**Эмотивы в речи языковой личности политика  
в американском и русском медиадискурсе**

<b>Эмотивы в речи языковой личности политика</b>	<b>Американский медиадискурс  %</b>	<b>Русский медиадискурс  %</b>	<b>Σ</b>
Мужская речь	21	21,8	42,8
Женская речь	24,3	32,9	57,2
<b>Σ</b>	<b>45,3</b>	<b>54,7</b>	<b>100</b>

Итак, как видно из таблицы, женская языковая личность политика чаще использует эмотивы в своей речи (57,2%) как американском, так и в русском медиадискурсе, что можно расценивать как показатель более высокого уровня эмоциогенности речи женщин-политиков.

Установлено, что женская языковая личность политика старается поддержать тот же уровень эмоциональной напряженности при помощи более сложно интерпретируемых коннотативов и потенциативов. Мужская языковая личность политика более склонна проявлять себя при помощи аффективов с их открытой для всех эмоциональностью.

**Выделены общие характеристики речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе:** в речи каждой изучаемой языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе присутствовали все типы эмотивов: аффективы, потенциативы, коннотативы.

**Выявлены следующие отличительные характеристики речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе.** Все выявленные типы эмотивов в речи языковой личности политика представлены в американском и русском медиадискурсе в разных пропорциях. Языковая личность политика в русском медиадискурсе в процессе предвыборной борьбы презентует себя более эмоционально, по сравнению с языковой личностью политика в американском медиадискурсе. Степень



интенсивности эмоциональных проявлений языковой личности российского политика является более высокой по сравнению с вербальными проявлениями эмоций американского политика. Языковая личность российского политика ориентируется в медиапространстве на большую осведомленность своей целевой аудитории в особенностях актуального политического дискурса и поэтому намного чаще, чем языковая личность американского политика, прибегает к использованию потенциативов.

## Библиография

1. Волкова, Я. А. Деструктивность в политическом дискурсе [Текст] / Я. А. Волкова, Н. Н. Панченко // Вестник РУДН. Серия : Лингвистика, 2016. – № 4. – С.161–178
2. Гавриш, А. Д. Медиалингвистические особенности российских и американских предвыборных президентских дебатов [Текст] / А. Д. Гавриш // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № – С. 82–91. DOI: 10.29025/2079-6021-2020-3-82-91
3. Гавриш, А. Д. Стилистические особенности эмоционального медиатренда в современной политической онлайн-и офлайн-коммуникации [Текст] / М. Р. Желтухина, А. Д. Гавриш // Настоящее и будущее стилистики : сб. науч. ст. Междунар. науч. конф., Москва, 13–14 мая 2019 г. / науч. ред. Е. Л. Вартанова, отв. ред. Н. И. Клушина, С. Ф. Барышева. – М. : ФЛИНТА, 2019. – С. 202–209
4. Гавриш, А. Д. Эмоциогенность современных медиатекстов [Текст] / М. Р. Желтухина, А. Д. Гавриш // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. – № 4 (32). – С. 120–125. DOI: 10.29025/2079-6021-2018-4(32)-120-125
5. Голованова, И. С. Лексические средства языковой личности (на материале выступлений американских политиков) [Текст] / И.С. Голованова, Е.В. Болотова // Развитие образования. – 2020. – № 3 (9). – С. 89-92
6. Жириновский озвучил свою предвыборную программу журналистам в Госдуме. ЛДПР-ТВ. [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Bw22tHjCjv8> (дата обращения: 20.07.2021)
7. Колосова (Солодовникова), Н. Г. Эмотивный анализ как метод экологического мониторинга текстов [Текст] / Н. Г. Колосова (Солодовникова) // Известия Волгоградского Государственного Педагогического Университета. – 2015. – № 5 (100). – С. 103–109
8. Речь Д. Трампа от 09.11.2016 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт газеты «The New York Times». – URL : <https://www.nytimes.com/2016/11/10/us/politics/trump-speech-transcript.htm> (дата обращения: 10.03.2020)
9. Речь К. А. Собчак от 18.10.2017 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт издания «Ведомости». – URL : <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/09/30/736005-sobchak-viborah-prezidenta> (дата обращения: 20.07.2021)
10. Речь Х. Клинтон от 25.08.2016 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт медиаорганизации «Politico». – URL : <http://www.politico.com/story/2016/08/transcript-hillary-clinton-alt-right-reno-227419> (дата обращения: 10.01.2019)
11. Трунов, Д. Г. Уровни вербализации эмоционального опыта [Текст] / Д. Г. Трунов // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология, 2013. – № 1(13). – С. 102–107
12. Шаховский, В. И. Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии: учебное пособие



- [Текст] / В. И. Шаховский. – Волгоград : Перемена, 2009. – 170 с.
13. Якоба, И. А. Когнитивно-коммуникативная параметризация медийного дискурса : автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.19 [Текст] / Ирина Александровна Якоба. – Улан-Удэ, 2020. – 40 с.
14. Zheltukhina, M. R. Linguopragmatic Aspect of Modern Communication: Main Political Media Speech Strategies and Tactics in the USA and the UK [Текст] / M. R. Zheltukhina, M. V. Busygina, M. G. Merkulova, I. A. Zyubina, L. M. Buzinova // XLinguae. – 2018. – № 11(2). – Pp. 639–654.
15. Zheltukhina, M. R. Modern Media Advertising: Effective Directions of Influence in Business and Political Communication [Текст] / M. R. Zheltukhina, E. V. Biryukova, S. A. Gerasimova, E. A. Repina, A. M. Klyoster & L. A. Komleva // Man in India. – 2017. – № 97(14). – Pp. 207–215.

## Результаты процедуры рецензирования статьи

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Представленная на рассмотрение статья «Эмотивы в речи языковой личности политика в американском и русском медиадискурсе: сопоставительный анализ», предлагаемая к публикации в журнале «Филология: научные исследования», несомненно, является актуальной, ввиду того, что вопросы медиадискурса и вербального воздействия на собеседника находятся в центре современных исследований в парадигме человекоцентричной лингвистики. Действительно, в XXI веке все чаще фиксируется важность учета эмоциональной стороны речи человека, отмечается сильное эмоциональное воздействие на адресата в медиадискурсе.

В настоящей статье автор описывает результаты сопоставительного изучения эмотивов в американском и русском медиадискурсе, выявленных в речи языковой личности политика. Отметим, что сопоставительные исследования на материале английского и русского языка в медиасфере являются важными для понимания различий менталитетов носителей данных культур.

Практическим материалом статьи послужили медиаречи кандидатов на пост президента США (Д. Трамп и Х. Клинтон) и России (В. Жириновский и К. Собчак), охватывающих временной период предвыборных кампаний на пост Президента страны в США и России с мая 2016 г. по апрель 2018 г. В тексте статьи особое внимание автор уделяет на эмоциональных проявлениях двух политиков мужского и двух политиков женского пола в американском и русском медиадискурсе.

Методологией исследования явился статистический метод, метод сплошной выборки, герменевтическая интерпретация текста. Однако, автор не указал объем корпуса анализируемых текстов, а также были ли применены лингвостатистические методы с использованием специального компьютерного обеспечения или все расчеты проводились «вручную»?

Структурно статья состоит из нескольких смысловых частей, а именно: введение, обзор литературы, методология, ход исследования, выводы. В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы. Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонів научного исследования. Постулируемое автором иллюстрируется практическим материалом. Подобные работы с применением различных методологий являются актуальными и, с учетом фактического материала, позволяют тиражировать предложенный автором

принцип исследования на иной языковой материал. Выводы статьи логичны и обоснованы. В статье намечена дальнейшая перспектива исследования. Библиография статьи насчитывает 15 источников, в которые включены исключительно отечественные труды. К сожалению, отсутствует апелляция к работам на иностранных языках, что важно для включения работы в общемировую научную парадигму. Как и любая масштабная работа, рассматриваемый труд не лишен недостатков. Техническая ошибка допущена в источнике 3. В работе присутствуют отдельные нарушения ГОСТа, допущенные при оформлении списка интернет - источников. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, журналистам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. В общем и целом, следует отметить, что статья написана простым, понятным языком для читателя, хорошо структурирована, опечатки, орфографические и синтаксические ошибки, неточности не обнаружены. Общее впечатление после прочтения рецензируемой статьи положительное, работа может быть рекомендована к публикации в научном журнале из перечня ВАК.