

МОДЕЛИ ЭМОТИВНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ
В АСПЕКТЕ ЛИНГВОПРАГМАТИКИ

Л.А. Киселева

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, Самара, Россия*

Аннотация: В работе рассматриваются прагматические параметры, составляющие основу моделей эмотивного речевого поведения. Эти параметры во многом носят универсальный характер и имеют как собственно языковую, так и внешнюю (психологическую, социокультурную и т. д.) обусловленность. Ведущими среди них являются дискурсивно-жанровые характеристики коммуникации, ее тип (кооперативный/конфликтный) и эмотивно-прагматические установки говорящего/слушающего, которые реализуются посредством определенных коммуникативных стратегий и тактик. На материале программы «Белая студия» (телеканал «Культура»), в основе которой лежит жанр интервью, описана модель кооперативного речевого поведения. Выявлено, что параметры этой модели репрезентируются с помощью различных классов языковых единиц, прежде всего лексических: эмотивов тех или иных групп (обозначений эмоций, коннотативов, аффективов), оценочных слов и т. д.

Ключевые слова: эмотивность, речевое поведение, прагматика, дискурс, кооперативная коммуникация, интервью.

В последние годы отмечается усиление исследовательского интереса к проблемам вербальной репрезентации эмоций, что объясняется значительными изменениями в современной речевой практике, вызванными расширением интра- и межкультурных контактов в результате социально-экономических преобразований, а также повсеместного распространения электронных средств общения. Одним из следствий этих изменений можно считать то, что в процессе речевой деятельности на первый план выдвигаются субъективные аспекты личности говорящего/слушающего. Не случайно В.И. Шаховский писал о том, что на нынешнем этапе развития общества наблюдается глобальное эмоциональное раскрепощение человека, и это ведет к увеличению числа эмотивных речевых актов в разных формах коммуникации [Шаховский 2010: 24]. Можно полагать, что подобное раскрепощение имеет под собой довольно глубокие негативные основания, связанные с влиянием массовой культуры, для которой в высшей степени характерна «гипертрофия эмоционального компонента и редукция рациональной составляющей в вербальных реакциях» [Карасик 2009: 169]. В то же время психологи высказывают несколько иное мнение о том, что для человека XXI века, живущего в изменившихся социокультурных условиях, характерна алекситимия (от греч. *a* – «отрицание», *lexis* – «слово», *thymos* – «чувство»), в целом – «не-

способность вербально выразить свою эмоцию»): «Технократическое развитие мира, лозунг которого – “бесстрастный человек в бесстрастном мире” (П. Куттер), до предела запрограммированная жизнь оставляют мало места для живого общения между людьми, в процессе которого они делятся своими переживаниями. Практически исчез эпистолярный жанр, когда люди изливали свою душу в письмах друг к другу. Проявлять страсть считается в современном обществе дурным тоном. Не воспринимаемая адекватно свои эмоции, люди не могут дать им и адекватного описания. Человечество постепенно становится алекситимичным» [Ильин 2002: 32]. На наш взгляд, приведенные точки зрения не противоречат друг другу, а являются взаимодополняющими. Действительно, эмоциональная раскрепощенность представителей современной русской лингвокультуры является очевидной, однако ее следствием становится изменение психологических доминант в обществе, о чем будет сказано ниже. Все указанные и сопутствующие им процессы ведут к тому, что в социуме постепенно трансформируются базовые принципы кооперативного эмоционального взаимодействия, становятся неявными и потому утрачивают свое былое значение этнокультурные эталоны выражения чувств, в первую очередь вербального [Киселева 2020]. В связи с этим большой интерес представляет обращение к прагматическому аспекту категории эмотивности, в частности, исследование не только механизмов вербализации эмоциональных состояний говорящего, но и соответствующего воздействия на адресата речи.

В настоящей работе мы хотели бы сосредоточить свое внимание на специфике моделей эмотивного поведения, характерных для носителей того или иного языка. В соответствии с типологическими характеристиками культуры эти модели вырабатываются и закрепляются в рамках каждого социума, выступая своего рода регуляторами вербального выражения внутренних переживаний. Несомненно, что указанные модели коррелируют с образцами и стереотипами эмоционального поведения, принятыми, а иногда и тиражируемыми в конкретном обществе, являясь их знаковым воплощением и носят конвенциональный характер. В современной лингвистике на материале английского языка разработана эмотивно-прагматическая модель одного из видов общения – романтического [Ренц 2015: 179]. Мы же предлагаем выделить ряд прагматических параметров эмотивного речевого поведения, которые во многом являются универсальными. Они образуют целостное единство, в связи с чем их изолированное рассмотрение возможно лишь в научных целях, и имеют как внутриязыковую, так и внешнюю (психологическую, социокультурную и т. д.) обусловленность. Рассмотрим их подробнее.

1. Соотнесенность с тем или иным видом дискурса. Вполне очевидно, что этот параметр выступает как базовый, поскольку определяет выбор коммуникативных стратегий и тактик, связанных с эмоциональным самовыражением говорящего и соответствующим воздействием на слушающего. В данном случае ведущую роль играет такой признак, как институциональность/неинституциональность дискурса, от которого зависит широта репертуара используемых в речи эмотивных единиц и средств. Институциональность дискурса во многом ограничивает употребление определенных классов

эмотивов, прежде всего эмотивов-аффективов (бранных слов, междометий и т. д.) и эмотивов-коннотативов (эмоционально окрашенных слов, эмоционально-оценочных слов и др.). Более того, в рамках институционального дискурса используются особые стратегии рационализации эмоций, которые нацелены на адекватное выражение внутренних состояний в соответствии с этикетными, моральными и иными нормами, выработанными в конкретной сфере общения (см., например, [Вахрушева 2023]). Напротив, неинституциональность дискурса обуславливает актуализацию максимально возможного набора эмотивных единиц, представленных на всех уровнях языковой системы. Кроме того, в рамках данного параметра важным является жанрово-стилистический фактор, который предопределяет выбор и использование языковых единиц, служащих как выражению внутренних состояний говорящего, так и воздействию на слушающего. Например, диалогические жанры нацелены на реализацию не только собственно эмотивной, но и прагматической функций, а потому отличаются значительным эмоциогенным потенциалом.

2. С указанным параметром тесно связан такой признак, как тип коммуникации. Современные лингвисты довольно четко разграничивают кооперативную и конфликтную коммуникацию, при этом в основу дифференциации кладется соблюдение/несоблюдение принципа Кооперации Г.П. Грайса и принципа Вежливости Дж. Лича. Как и в предыдущем случае, данный параметр предполагает выбор и использование тех коммуникативных стратегий и тактик, которые в наибольшей мере соответствуют целям и намерениям говорящего, связанным со сферой эмоций. В основе кооперативной коммуникации лежат гармонизирующие стратегии, которые обеспечивают позитивное взаимодействие участников общения, обнаруживающих стремление «к достижению взаимопонимания, к реализации координированных и согласованных когнитивных и речевых действий, к конструированию толерантного и вежливого сценария межличностного и межнационального взаимодействия вследствие полного (или по крайней мере частичного) совпадения аксиологических приоритетов коммуникантов, их психологических и эмоциональных установок, вербальных и невербальных ожиданий» [Кошкарлова 2021: 27]. Напротив, конфликтная коммуникация предполагает реализацию конфронтационных стратегий, таких как доминирование говорящего, понижение статуса партнера, создание негативной тональности общения и т. д. [Киселева, Ибрагимова 2021: 1738]. Как видим, два указанных типа коммуникативного взаимодействия соотносятся с разными эмоциональными доминантами, которые находят свое выражение в конкретных языковых единицах и средствах (лексических, грамматических, интонационных и т. д.).

3. Эмотивно-прагматические установки говорящего/слушающего, которые являются довольно разнообразными, так как в их основе может лежать и эмоциональное самовыражение адресанта, и соответствующее воздействие на адресата. «Идеальная» модель эмотивной коммуникации предполагает, что целью последней является достижение эмоционального консонанса говорящего и слушающего путем использования специального репертуара языковых средств. Реализация этой цели во многом зависит от индивидуальных особенностей коммуникантов, относящихся к мотивационно-праг-

матическому уровню их языковой личности. Среди них важнейшей является эмоциональная насыщенность компонентов речевого акта: иллюкутивного (цели, намерения, установки и др.), локутивного (форма речи, ее жанровая специфика и т. д.), перлокутивного (возможные эффекты речи – прямые или косвенные) [Киселева 2022: 44–45]. Если иметь в виду последний компонент, то может предполагаться и «заражение» слушающего своими эмоциями, и возбуждение у него иных переживаний, и т. д.

4. Этикетные нормы вербального и невербального выражения эмоций, сложившиеся в рамках определенной лингвокультуры. В данном случае актуальным является вопрос о том, какую роль в процессе трансляции эмотивной семантики и прагматики играют этикетные единицы, которые могут не только выражать эмоции говорящего, но и в отдельных случаях выступать инструментом вуалирования его истинных состояний. Иногда такую функцию берут на себя и невербальные средства (ср. американскую улыбку, которая имеет скорее не психологический, а социальный характер), что вносит дополнительные трудности в правильную интерпретацию смыслов, связанных с внутренними переживаниями. В рамках эмотивного речевого поведения этикетные единицы являются своего рода «фильтром», который позволяет общению не выходить за пределы сложившихся в данном социуме норм взаимодействия. При этом можно говорить о национально-культурных особенностях этикетной коммуникации, довольно четко выделяемых при сопоставительном анализе. Так, Т.В. Ларина на основе сравнения русской и английской лингвокультур делает вывод о заметных различиях в значимости этикетных средств, связанных со сферой эмоций. Русская лингвокультура ориентирована на искренность и естественное проявление эмоций, тогда как в английской коммуникативной культуре широко используются эмоционально-оценочные реплики, нацеленные на передачу позитивного отношения к собеседнику, а потому фактор искренности является второстепенным [Ларина 2015: 151]. Здесь необходимо также отметить, что особую подсистему образуют средства сетевого этикета (иначе – сетикета, нетикета), которые отличаются полимодальностью: в данном случае эмоциональная функция этикета тесно переплетается с регулятивной, находя свое выражение не только в своеобразных речевых формулах, но и в графических элементах (смайлах, эмодзи и т. д.), иногда носящих кросс-культурный характер.

5. Психологические доминанты социума, которые отличаются динамичностью и выступают как производные от других факторов: социально-экономических, культурных и т. д. Так, по мнению В.К. Харченко, «дефицит лучших» в современном российском обществе порождает распространение сквернословия, грубости и лжи, агрессивности и т. п. [Харченко 2010: 11]. Психологи определяют агрессию как «любую форму поведения, которая нацелена на то, чтобы причинить кому-то физический или психологический вред» [Берковиц 2009: 340]. Агрессивные действия могут быть дифференцированы «с точки зрения их физической природы – как физические действия, такие как удар или пинок, или как вербальные суждения, которые могут подвергать сомнению ценность личности другого человека, быть оскорбительными или выражать угрозу объекту агрессии» [там же: 349–350]. Поскольку

ущерб, причиняемый актом физической агрессии, наиболее очевиден и открыто осуждается как не соответствующий принятым морально-этическим нормам, то в современном обществе с целью намеренного причинения психологического вреда все чаще используются «замещающие» средства агрессии, в первую очередь вербальные, причем как прямые (например, оскорбление), так и не прямые, косвенные (распространение порочащих сведений, «информационные войны» и т. п.).

6. Эмотивные типы коммуникативной личности говорящего/слушающего. Впервые этот параметр, правда, с иных научных позиций, был рассмотрен автором теории «психологических типов» К. Юнгом, который определял их сквозь призму взаимодействия эмоций, речи и мышления. По его мнению, несмотря на то что эмоции и мышление обнаруживают тесную взаимосвязь и предопределяют друг друга, в речи людей, принадлежащих к разным эмоциональным типам, эта связь проявляется своеобразно: в речи экстраверта она реализуется «в преувеличенном выражении эмоций, например в громких и навязчивых эмоциональных предикатах, которые, однако, нисколько не заслуживают доверия» [Юнг 2002: 615], а представители противоположного типа, являясь молчаливыми и труднодоступными, «для защиты <...> выдвигают негативные эмоциональные суждения и проявляют подчеркнутое равнодушие» [там же: 619]. Б.И. Додонов ведет речь об общей эмоциональной направленности личности, которая во многом обуславливает специфику ее склонностей, то есть о стереотипах эмоционального реагирования, являющихся компонентом психологического склада человека [Додонов 1978]. Подчеркнем, что эти весьма плодотворные идеи пока еще не получили должного развития в лингвистике. Можно полагать, что эмоциональная доминанта личности говорящего/слушающего является весьма значимой с точки зрения выбора ими коммуникативных стратегий и тактик, необходимых для эффективного достижения поставленных целей в тех или иных жизненных ситуациях. Будучи динамичной структурой, она обуславливается не только собственно психологическими, но и социокультурными факторами (пол, возраст, профессия, уровень образования, жизненный опыт и т. д.).

Теперь обратимся к анализу закономерностей языковой репрезентации перечисленных параметров, которые можно проиллюстрировать на примере как кооперативной, так и конфликтной коммуникации. В данной работе мы хотели бы остановиться на первом типе коммуникации, избрав в качестве источника фактического материала эпизоды передачи «Белая студия» телеканала «Культура». Если иметь в виду первые три параметра, выделенных нами в рамках модели эмотивного поведения, то данная передача являет собой пример институционального дискурса, ее основу составляет интервью ведущей Дарьи Златопольской с известными деятелями культуры: актерами, режиссерами и т. д. Именно спецификой профессии приглашенных гостей определяется высокая эмоциональная насыщенность передачи. Кроме того, необходимо иметь в виду и такой внешний фактор, как аксиологические установки, предопределяющие тематическую и содержательную направленность программ телеканала «Культура». Таким образом, дискурсивно-жанровая специфика анализируемой передачи обуславливает тип коммуникации

(кооперативный) и эмотивно-прагматические установки партнеров. Как мы отмечали выше, в основе кооперативного общения лежит позитивное взаимодействие его участников, обнаруживающих стремление к достижению взаимопонимания и эмоционального консонанса, что находит свое выражение в выборе соответствующих коммуникативных стратегий и тактик, а также средств их языковой актуализации. В рамках данной программы реализуются такие вспомогательные прагматические стратегии, как эмоционально настраивающие и диалоговые [Иссерс 2008: 58]. Так, эфир передачи «Белая студия» от 06.12.2023 г. был посвящен беседе с известным российским актером Александром Балугевым. Ведущая Д. Златопольская с целью стимулирования у адресата определенных внутренних переживаний использует в своей речи такой класс эмотивов, как эмотивы-номинативы, обозначающие положительные эмоции (*любовь*), а также единицы с мелиоративной оценкой (*доброта, вера* и т. д.). Такая тактика является вполне эффективной: А. Балугев в ответных репликах употребляет положительно окрашенные лексические единицы, в том числе обозначения эмоций, волевых состояний и т. д. (*сочувствие, мечта, желание, вера*), оценочные прилагательные (*наблюдаемая, замечательная* и т. д.), коннотативы (*хвостик*). Вместе с тем мы наблюдаем здесь эмоциональную динамику: в следующих своих вопросах ведущая употребляет обозначения негативных внутренних состояний (*тоска, страшно*), и в ответной реплике гостя также появляются лексемы, которые выражают отрицательную оценку и «квазиоценку» (*потери, несправедливость, жестокость, страх, голод, унижения, растерянность, больно, жестко* и т. д.). Эмотивно-прагматические установки говорящего/слушающего проявляются также в диалоговых стратегиях, которые выражаются в виде дублирования слов партнера (*да, да-да*). Таким образом, можно говорить о достижении коммуникантами эмоционального консонанса, который (что очень важно) представлен в языковой форме. Следующий параметр эмотивного речевого поведения – этикетные нормы выражения эмоций – связан, как мы отмечали выше, с такой чертой русской лингвокультуры, как искренность. В данном случае она проявляется не только вербально (максимально корректная и доброжелательная формулировка вопросов со стороны ведущей, которая направлена на стимулирование определенных эмоций), но и невербально – посредством жестов открытости, прямого взгляда, улыбки, кивков в знак согласия и т. д.

Еще один выпуск программы «Белая студия» (от 27.02.2024 г.) был построен в форме интервью с ректором Театрального института им. Б. Щукина, актером Евгением Князевым. Как и в рассмотренном выше случае, эмотивно-прагматические установки партнеров отражают их стремление к гармонизации общения путем использования кооперативных стратегий и тактик, которые соответствуют «кодексу» жанра интервью, принятому на телеканале «Культура». Так, достижению позитивного в эмоциональном плане коммуникативного результата способствует использование средств реализации диалоговых стратегий и тактик, в частности, поочередное употребление в репликах партнеров определенных лексических единиц:

а) эмотивов-номинативов, обозначающих те или иные внутренние состояния (*любовь, счастье* и др.);

б) оценочных слов, которые употребляются как изолированно (к примеру, мелиоративы *замечательный, красивый, самый интересный, прекрасно* и т. д.), так и в составе антонимических пар, в том числе контекстуальных (*хороший – плохой; зло – благо (добро); темный – светлый; крылья – копыта*);

в) утвердительных и усилительных частиц (*да, вот* и т. д.) и т. д.

Особое место в речи Е. Князева занимает такой класс лексических эмотивов, как аффективы, в первую очередь междометия (*ой, ай* и т. д.). Выше мы отмечали, что в институциональном дискурсе употребление таких единиц является ограниченным, однако жанр интервью в этом плане представляется более свободным. Как и в предыдущем случае, на протяжении диалога наблюдается эмоциональная динамика, которая находит свое языковое выражение в использовании эмотивов и оценочных слов то с положительной, то с отрицательной семантикой. Полноценной реализации эмотивно-прагматических установок коммуникантов способствуют не только языковые эмотивы, но и активно используемые невербальные средства, которые во многом дополняют их: широкие жесты руками, кивки головой в знак согласия, прямой взгляд, улыбки, смех и т. д. Что касается двух последних параметров (психологические доминанты социума и эмотивные типы личности), то их детальное исследование требует не только обращения к более обширному языковому материалу, но и привлечения данных смежных гуманитарных наук (психологии, социологии и т. д.), поэтому в связи с ограниченным объемом работы мы их не рассматриваем. Кроме того, большую роль в реализации моделей эмотивного речевого поведения играют грамматические и интонационные средства, анализ которых составляет перспективу нашего исследования.

Таким образом, модели эмотивного речевого поведения могут быть описаны с опорой на ряд параметров, которые во многом носят универсальный характер и имеют как собственно языковую, так и внешнюю обусловленность. Ведущими среди них являются дискурсивно-жанровые характеристики коммуникации, ее тип (кооперативный/конфликтный) и эмотивно-прагматические установки говорящего/слушающего, которые реализуются посредством определенных коммуникативных стратегий и тактик. На материале программы «Белая студия» (телеканал «Культура»), в основе которой лежит жанр интервью, мы представили модель кооперативного речевого поведения. Параметры этой модели репрезентируются с помощью различных классов языковых единиц, прежде всего лексических: эмотивов тех или иных групп (обозначений эмоций, коннотативов, аффективов), оценочных слов и т. д.

Библиографический список

1. Берковиц Л. Что такое агрессия // Психология мотивации и эмоций. М.: АСТ: Астрель, 2009. С. 340–356.
2. Бреслав Г.М. Психология эмоций. 2-е изд., стер. М.: Смысл: Издательский центр «Академия», 2006. 572 с.

3. Вахрушева М.А. Лингвистические механизмы рационализации эмоциональной речи (на примере педагогического дискурса): дисс. ... канд. филол. н. М., 2023. 171 с.
4. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. М.: Политиздат, 1978. 272 с.
5. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2002. 752 с.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. 5-е изд. М.: ЛКИ, 2008. 284 с.
7. Карасик В.И. Девербализация // Язык и эмоции: Номинативные и коммуникативные аспекты: сборник научных трудов к юбилею Виктора Ивановича Шаховского. Волгоград: Волгоградское науч. изд-во, 2009. С. 166–174.
8. Киселева Л.А. Современная лингвистика эмоций: постклассический этап // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2020. № 2. С. 11–18.
9. Киселева Л.А., Ибрагимова Э.Р. Эмотивный потенциал лексических единиц в конфликтногенных медиатекстах (на материале телевизионных ток-шоу) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2021. Т. 14. Вып. 6. С. 1737-1742.
10. Кошкарова Н.Н. Конфликтный и кооперативный типы дискурса в межкультурном политическом пространстве: монография. Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2021. 360 с.
11. Ларина Т.В. Прагматика эмоций в межкультурном контексте // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2015. № 1. С. 144–163.
12. Ренц Т.Г. Репрезентация категории эмотивности в эмотивно-прагматических установках участников романтического общения // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2015. № 1. С. 178–189.
13. Харченко В.К. Современная повседневная речь. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 180 с.
14. Шаховский В.И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. 128 с.
15. Юнг К. Психологические типы // Психология мотивации и эмоций. М.: ЧеРо, 2002. С. 609–622.

УДК 81'42

ЛЕКСЕМА *ЛАВИНА* В ЗНАЧЕНИИ «БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО» В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Д.С. Классова

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

Аннотация: В статье разграничиваются понятия значения и смысла, рассматриваются особенности развития и функционирования лексемы *лавина* в переносном значении «большое количество» в русском языке на материале толковых словарей, а также Национального корпуса русского языка.

Ключевые слова: слово, значение, смысл, большое количество, идентификация, предикация.