

ОСОБЕННОСТИ РАЦИОНАЛЬНОГО И ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ТИПОВ ОЦЕНКИ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ «ОНЛАЙН ОТЗЫВ» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

Блохина Татьяна Рашидовна

К.филол.н., доцент, Университет «Синергия»

tatiana10421@gmail.com

MAIN FEATURES OF RATIONAL AND EMOTIONAL TYPES OF EVALUATION IN SPEECH GENRE "ONLINE RECOMMENDATION"

T. Blokhina

Summary: The article provides a comparative analysis of the rational and emotional components of the evaluation of online recommendations, feedback and customer comments. It covers the aspect of dominance and leading positions in positive and negative types of assessment. Moreover, linguistic, stylistic and pragmatic markers in online texts are analyzed and studied in detail.

Keywords: genres of speech, business communication, speech act, emotional and rational evaluation, stylistic and genre characteristics, linguistic, stylistic and pragmatic markers.

Аннотация: В статье проведен сопоставительный анализ рационального и эмоционального компонентов оценки онлайн отзывов. Представлены данные о доминирующих и ведущих элементах позитивной и негативной типах оценки. Приведены примеры лингвистических, стилистических и прагматических маркеров в текстах отзывов, представленных в сети Интернет.

Ключевые слова: жанры речи, деловая коммуникация, речевой акт, эмоциональная и рациональная оценка, стилистические и жанровые характеристики, лингвистические, стилистические и прагматические маркеры.

Актуальность данной работы определяется малой изученностью особенностей оценки, используемой в различных типах отзывов, представленных в сети Интернет, поскольку небольшое внимание было уделено подобным исследованиям в сопоставительном аспекте и выявлению основных характеристик рациональной и эмоциональной составляющей. В статье рассматриваются основные эмоциональные и рациональные компоненты оценки в речевом жанре «онлайн отзыв», а также анализируются некоторые лингвистические маркеры, характерные для того или другого типа оценочных высказываний в текстах отзывов и рекомендаций, предоставленных в открытом доступе на сайтах на русском, английском и французском языках. Необходимо отметить, что в данной работе рассматриваются только отзывы и рекомендации, относящиеся непосредственно к человеку и его услуги. Мы говорим о типах текстов, в которых объектом является одушевленный и имеющий реальную жизнь и определенный ситуативный контекст. Текст речевого жанра «онлайн отзыв» или «онлайн рекомендация» предполагает наличие человеческого (индивидуального или коллективного) фактора трех типов: коммуникант 1 (тот, кто является адресантом или представляющим отзыв), коммуникант 2 (тот, кто является адресатом или получателем отзыва) и коммуникант 3 (тот, кого рекомендуют/не рекомендуют или субъект отзыва). Важно отметить, что в данной работе мы анализируем рациональный и

эмоциональные аспекты оценки с точки зрения первого коммуниканта – адресанта.

В лингвистической науке оценка обычно рассматривается как антропоцентрическая категория. Считается, что есть такая категория, которая демонстрирует непосредственную связь с человеком и его социальной: статусной, профессиональной или институциональной деятельностью. Она передает и характеризует определенный спектр его культурных, социальных и психических характеристик. Каждый индивид общества в процессе формирования и существования с другими людьми создает собственную оценочную шкалу, что влияет на его аксиологические взгляды, так как ему присуще свое восприятие ценностной картины мира. Бесспорно, что для каждого человека собственная ценностная шкала имеет первостепенное значение, и воспринимается как абсолютно адекватная восприятие действительности. Такая шкала определяется комплексным характером, формируясь на протяжении долгого времени на основе систем внешних ценностей (общих, социально обусловленных) и внутренних, индивидуальных оценок. Таким образом, в любой оценке онлайн отзыва, рекомендации или простой характеристики проявляются и явно прослеживаются оба этих начала. Субъект, высказывающий оценку на основе общепринятым норм и шаблонов, добавляет свое собственное личностное отношение к предмету или объекту речи [7]. Именно поэтому, диапазон лингвисти-

ческой оценки, выступающей в качестве человеческой реакции, представлен достаточно широко.

Можно говорить о том, что, с одной стороны, выражение оценки определяется социолингвистической основой высказывания (различиями между положительным и отрицательным, характерными для определенной культуры) и индивидуальными экстралингвистическими характеристиками субъекта, с другой стороны. Индивидуальные экстралингвистические характеристики включают в себя психические особенности индивида, возраст, особенности воспитания и образования, социальный статус, собственное отношение к объекту и даже порой настроение в данный момент.

Принимая во внимание одну из основных интенций речевого жанра «онлайн отзыв» – выражение мнения о человеке для кого-то – считаем возможным утверждать, что отзыв является одним из письменных жанров деловой коммуникации, в котором явно прослеживается эксплицитное или имплицитное выражение оценки по шкале положительное/отрицательное. Нужно сразу оговориться, что онлайн отзыв в своем заголовке, его семантике и соответственно ожидании адресата не несет в себе положительно или отрицательно заряженную эмоцию рекомендации, но тем не менее, чаще всего на сайтах присутствуют положительные отзывы, что отразилось в текстах 94% исследованных примерах. Поэтому оценка в подавляющем большинстве примеров имеет положительный характер. Отзывы с отрицательной оценкой также встречаются, их условно можно разделить на два типа: прежде всего, это образцы, которые выражают интенцию: не рекомендовать человека или организацию, что прослеживается во всей ткани текста, и отзывы, которые относятся к текстам с положительной оценкой, но включают в себя высказывания отрицательного характера. Первый тип составляет два процента из всего проанализированного материала, отобранного методом сплошной выборки, а второй тип встречается в четырех процентах текстов.

Вопрос соотношения объективного и субъективного элементов в текстах с оценочными суждениями ведет к дискуссии о том, какой фактор в оценке является первичным и ведущим – эмоциональный или рациональный.

В исследованиях лингвистов существует ряд теорий на этот счет. В этом контексте хотелось бы обратиться к идеям Е.М. Вольф, который указывает, что данный вопрос является одним из ключевых в аксиологии и даже решающих для противопоставления субъективизма и объективизма в теории оценок [3]. Отечественные ученые, в частности Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, высказывают мнение, что рациональный оценочный аспект является приоритетным, в то время как эмоциональный компонент вторичен. Этот факт объясняется тем,

что в естественном языке не может быть чисто эмоциональной оценки, так как язык как таковой всегда предполагает рациональный аспект [1, 2]. Зарубежные исследователи (Stevenson, Hare, Hudson) полагают, что первичным является эмоция – непосредственная реакция человека на событие, определяющее оценку; рациональная же сторона речи вторична [10]. По нашему мнению, обе эти теории вполне логичны и поэтому считаем, что оба эти компонента целесообразно было бы считать равнозначными.

Вслед за О.Н. Касторновой и Е.М. Вольф выделяем два вида оценки: эмоциональную (непосредственная реакция субъекта, отражающая его чувственное восприятие объекта оценки и связанная с экспрессией) и рациональную (логическое осмысление ценности рассматриваемого объекта) [6]. Но здесь хотелось бы отметить, что соотношение рационального и эмоционального не постоянно и очень подвижно, они наслаиваются друг на друга и тесно переплетаются в различных формах оценки, и в некоторых случаях дифференцировать два вида оценок достаточно трудно. В этой связи мы согласны с утверждением Ю.Б. Дюндика, который предлагает условное разделение эмоционального и интеллектуального (рационального) в целях анализа [4], поскольку для языкового выражения оценки рациональный и эмоциональный аспекты являются равнозначными.

Анализ языкового материала, а именно речевых актов положительной и отрицательной оценки в текстах Интернет отзывов на основе метода сплошной выборки показывает, что не всегда можно выделить ведущий компонент (рациональный или эмоциональный), в большинстве случаев оба элемента имеют одинаковое ценностное значение (что составляет около 62% материала), в остальных случаях доминирует эмоциональный аспект. Более того, следует отметить, что в примерах с равнозначным соотношением, эмоциональное строится на основе рационального. Очевидным считаем, отсутствие примеров, не включающих эмоциональный аспект, что и было подтверждено материалом исследования, так как по своей природе отзыв и рекомендация как устная, так и письменная – продукт субъективный, основанный на личностном отношении и мнении. Гипотеза о наличии текстов, в которых полностью отсутствует рациональный элемент, оказалась ошибочной, так как во всех проанализированных текстах присутствует элемент логики, аргументации, ссылки на авторитет, мнение и другие способы выражения рационального. В случаях, где доминантой является эмоциональная оценка, рациональный аспект варьируется по шкале интенсивности (от речевых актов рациональной оценки меньше 50% по отношению к общей ткани текста до незначительных вкраплений или просто факта авторитета, высокого статусного положения адресанта и вплетение в процесс создания текста).

Оба аспекта оценки в текстах онлайн отзывов на русском, английском и французском языках обладают определенным набором лингвистических и экстралингвистических маркеров, которые взаимодействуют друг с другом.

Во-первых, эмоциональную и рациональную положительную и негативную оценку в текстах исследованного материала можно противопоставить по параметру степени объективности. Если эмоциональная оценка тесно связана с индивидуальной позицией субъекта, то рациональная оценка в большей степени ориентирована на общественно закрепленные нормы и стереотипы.

Во-вторых, важным параметром для противопоставления эмоциональной и рациональной оценки в ткани делового рекомендательного письма можно считать степень ее спонтанности. Как справедливо было определено П.Н. Паничевой, «эмоциональная оценка – это ситуативная оценка, так как она возникает непосредственно в момент выражения реакции на какие-либо события, факты, явления и детерминируется их конкретными проявлениями. Следовательно, она непосредственно связана с ситуацией, в которой и находит свое выражение» [7]. Таким образом, основанием эмоциональной оценки является непосредственные переживания объекта. Однако следует отметить, что в этой связи жанр «онлайн отзыв» имеет специфичную эмоциональную оценку, так как представляет собой продукт письменной деловой коммуникации, которая требует четкости, логичности и фактичности текстов. Поэтому эмоции, чувства и субъективные отношения, эксплицирующиеся или имплицитно выражающиеся в текстах отзывов, не являются проявлением спонтанности, а, наоборот, являются продуктом, включающим рациональный элемент обдуманности и четкости выражения. Процесс выражения эмоций можно представить по следующей схеме: (эмоциональный этап) возникновение эмоции – осмысление эмоции (когнитивный этап) и обдумывания плана выражения в письменной форме (инструментальный этап) – выражение эмоции в письменном виде (текстуальный этап). В представленной схеме эмоциональный этап может быть, а в большинстве случаев так и бывает, значительно растянут во временном пространстве. Тем не менее, при этом эмоциональный аспект выражаемой оценки не лишается параметра ситуативности, так как является адекватными в конкретном случае и с конкретными лицами, что выражается в достижении или не достижении положительного результата отзыва, а также во многом зависит от ситуативных настроений адресанта. Для высказываний, содержащих рационально-оценочный элемент, характерна высокая степень обдуманности, отсутствие спонтанности, поскольку основанием оценки такого рода является обдуманная, фактически или логически подтвержденная информация или другие имплицитные элементы воздействия (стилистические и жанровые характеристики).

Говоря о положительном отзыве-рекомендации присутствие рационального в виде когнитивного этапа в эмоционально-оценочном высказывании объясняется прагматическими установками делового дискурса и непосредственно жанра – достижение положительного эффекта. Действительно, коммуникант (адресант) нацелен на установление благоприятного тона в отношениях с адресатом, задумывается об ответной реакции партнера по общению и старается полно выразить переполюющие его чувства. При этом, онлайн отзыв является полуофициальным документом, поэтому коммуникант имеет в своем распоряжении широкий инструментарий для выражения эмоций, включающий как элементы делового, так и художественного дискурса.

Указанные выше характеристики эмоционального и рационального видов оценки определяют их лингвистические маркеры. Прежде всего, к таким маркерам можно отнести лексические, грамматические и стилистические средства коррекции общей интенсивности положительных или негативных оценочных высказываний. Так, высокая степень реактивного отношения (заинтересованность, радость, удовольствие, возмущение, неприятие и др.) к субъекту или его действию выражается при помощи слов-интенсификаторов *so, such, very, quite*, а также повторов оценочной лексики. Использование названных лексических средств способствует наиболее полной передачи эмоционального состояния объекта оценки, а также в значительной степени повышает эффект всего высказывания.

Следует отметить, что эмоциональная и рациональная виды оценок в исследованном нами жанре предполагают движение по оценочной шкале в сторону нарастания степени признака, что объясняется их тесной связью и общей прагматической целью.

Кроме того, эмоциональные характеристики выражаются эксплицитно с помощью номинации или лексики эмоций:

- счастлив, приятно, вдохновлен или неприятно, разочарован, растерян;
- *excited, happy, please, glad or unhappy, disappointed*;
- *heureux, reconnaissant, satisfait ou malheureux, triste*.

Для речевых актов, тяготеющих к рациональности, характерно использование вводных конструкций:

- *Думаю..., Предполагаю..., По моему мнению..., Логично...;*
- *I think..., I suppose..., in my opinion, I have to underline..., It's important to stress...;*
- *Je crois, Je pense, Selon moi, Quant ..., C'est logic*.

которые снижают степень интенсивности оценки и подчеркивают ее рациональность – мнение, а не переживание.

Другим лингвистическим маркером оценочного высказывания эмоционального и рационального типов в текстах онлайн отзывов является определенная синтаксическая структура. При выражении эмоциональной оценки используются восклицательные предложения и редко, но встречаются, конструкции усеченного вида.

Таким образом, как уже отмечалось, в жанре «онлайн отзыва» разделение на эмоциональное и рациональное достаточно условно, так как в оценочных высказываниях присутствуют оба компонента. Тем не ме-

нее, каждый из этих аспектов является равнозначным и взаимодополняющим для ведения успешной коммуникации. К сожалению, рамки статьи не позволяют привести полный перечень лексических оценочных маркеров и рассмотреть другие аспекты рационального и эмоционального элементов в составе рассматриваемого жанра. Поэтому на данном этапе представленные выводы о соотношении рациональных и эмоциональных оценочных характеристик могут быть приняты как краткая презентация их соотношения в текстах Интернет отзывах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. /Н.Д. Арутюнова. — М.: Наука, 1988.
2. Баранов, А.Н. Аксиологические стратегии в структуре языка (паремиология и лексика)/А.Н. Баранов //Вопросы языкознания.1989. № 3. С. 74-90.
3. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки/ Е.М. Вольф. — М.: Едиториал УРСС, 2002.
4. Дюндик, Ю.Б. Наречия оценки как способ категоризации эмоционального и интеллектуального опыта человека в английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук:10.02.04: защищена 06.02.08/ Юлия Борисовна Дюндик — Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2007. — 17с.
5. Ионова, С.В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема. Диссертация на соискание уч. степ. канд. филолог. наук. / С.В.Ионова. — Волгоград.1998. С.197.
6. Касторнова, О.Н. К вопросу о разграничении оценочности и эмоциональности в высказываниях со словами категории оценки/ О.Н. Касторнова//Проблемы семантики языка и речевой деятельности: материалы 8-го Регионального научного семинара./Иркутск, Иркутский гос.лингв.ун-т. - Иркутск, 2005. С.120-124.
7. Паничева, П.Н. Характеристика эмоциональной оценки и ее реализация в восклицательном предложении/ П.Н. Паничева// Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. Молодежное приложение/ Пятигорск, Пятигорский гос.лингв.ун-т — Пятигорск, 2003. С.86-91.
8. Старикова, Е.Н. К вопросу о категории оценки в языке/ Е.Н. Старикова, С.Н. Колесник// Вестник Киевского Университета. Романо-германская филология. Выпуск 22./ Киев, Киевский гос.ун-т. — Киев: Вища Нкола, 1988.С.56-59.
9. Старостина, Ю.С. Основные характеристики негативной оценки эмоционального и эмоционального типа в английской стилизованной разговорной речи.// Вестник СамГУ.2008.№1(60).С.161-166.
10. Шмелева, А.А. Оценочность в прагматике высказываний/ А.А. Шмелева// Структурно-семантические, когнитивные, прагматические и другие аспекты исследования единиц разных уровней. Современные проблемы лингводидактики./ Бирск, Бирский гос.пед.ин-т. — Бирск, 2004. С.109-114.

© Блохина Татьяна Рашидовна (tatiana10421@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»