

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭМОТИВНОСТИ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ «ОНЛАЙН ОТЗЫВ»

Блохина Татьяна Рашидовна

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

tatiana10421@gmail.com

EMOTIVITY CHARACTERISTICS AND THEIR FUNCTIONS IN SPEECH GENRE "ONLINE RECOMMENDATION"

T. Blokhina

Summary: The article covers elements of emotivity in speech genre "online recommendation" and "online feedback", identifies the main types of emotive content and pays attention to the ways of expressing these elements in online texts. In addition, it analyzes and discusses various levels of emotivity, which are clearly demonstrated in linguistic and pragmatic components of recommendations, their implementation in topics, themes and microthemes, emotive tonality reflecting the whole range of pragmatic tasks of the author: emotional self-expression, emotional assessment or evaluation and emotional impact on the target audience.

Keywords: genres of speech, business communication, speech act, emotivity, online recommendation, emotive background and tonality.

Аннотация: В статье рассмотрены элементы эмотивности в речевом жанре «онлайн отзыв» и «онлайн рекомендация», определены основные виды эмотивного содержания в нем, и уделено внимание способам выражению эмотивных элементов в тексте. Кроме этого, исследованы различные уровни, на которых может проявляться эмотивность в отзывах, их реализация в статусах тем и микротем, эмотивная тональность, отражающая весь комплекс прагматических задач автора: эмоциональное самовыражение, эмоциональная оценка и эмоциональное воздействие.

Ключевые слова: жанры речи, деловая коммуникация, речевой акт, эмотивность, онлайн отзыв, рекомендация, эмотивный фон и тональность.

Вопросы эмотивности всегда привлекали и привлекают внимание лингвистов, и ни одно из современных исследований текста не может проводиться без учета эмотивного аспекта, особенно это касается деловой коммуникации, в которой не предполагается выражение и передача большого разнообразия эмоций. Эмотивность считается достаточно неопределенной и одним из самых сложных качеств текста. Благодаря такому отношению к этому понятию существуют различные подходы к его исследованию и изучению:

- психолингвистический подход, представленный идеями лингвистов Витт Н.В., Шахнарович А.М. и др.,
- стилистический подход, подробно изложенный в работах Болотова В.И., Матвеевой Т.В. и др.,
- коммуникативный подход в исследованиях ученых Шаховского В.И., Масловой В.А. и др.),
- лингвокультурологический подход в интерпретациях Вежбицкой А., Вильмс Л.Е. и др.),
- когнитивный подход, внимательно рассмотренный Барановым А.Г., Данеш Ф. и др.).

Очевидно, что каждый подход включает в себя собственный комплекс концепций текстовой эмотивности, предложенной и разработанной терминологии и особые методы исследования, необходимые для исследования эмотивных элементов в любом жанре речи и дискурсе. Целью статьи является определить элементы эмотивности, проанализировать и охарактеризовать их

в речевом жанре «онлайн отзыв» «онлайн рекомендация», выявить основные виды эмотивного содержания в нем, рассмотреть разнообразие способов выражения в тексте и установить особенности функционирования эмотивности в рассматриваемом жанре.

В качестве материала исследования были привлечены онлайн тексты: отзывы, рекомендации на сайтах, примеры отзывов о человеке или компании на русском, английском и французском языках в объеме 300 единиц. В данном исследовании использовался материал различных типов дискурса: академический (например: образовательные услуги, репетитор, школа, ВУЗ), юридический (консультация юриста), медицинский (услуги определенного специалиста или клиники), политический (обращение гражданина в руководящие органы или управленцу) и т.д. Таким образом, мы говорим только о тех типах отзывов и рекомендациях, которые непосредственно характеризуются антропоцентричностью, т.е. направлены на характеристику и рекомендацию определённого индивида или коллектива и организации.

В качестве основы нашего исследования принимаем методологическую базу коммуникативно-деятельностного подхода и основной принцип его применения к анализу текста, предложенного профессором А.Г. Барановым. Вслед за его идеями, рассматриваем текстовые явления на трех уровнях абстракции: гносеологическом,

психологическом, лингвистическом. Все они четко соотносятся с тремя важными аспектами языка в «полной семиотической парадигме» его анализа [1: 6-7]. Согласны, что данный подход позволяет охватить весь спектр рассматриваемых в работе вопросов, связанных с проявлением эмоционального содержания в тексте: эмоциональный объект отражения, эмоциональный способ отражения, выражение эмоционального содержания. Если говорить о специфике лингвистического аспекта эмоциональности, то ее выражение проявляется в объективации семантической интерпретации эмоциональности [6], т.к. категория эмоциональности в языке и речи трансформируется в категорию эмотивности, в свою очередь, передающая комплекс эмоциональных характеристик языковой личности (например, определенное эмоциональное состояние в конкретный момент времени и ситуации и эмоциональное отношение к отражаемому миру, приводящее к конкретным реакциям). Такая система способствует реальному существованию эмоциональной коммуникации.

Мнение лингвиста С.В. Ионовой нам также близко, и здесь необходимо отметить важный момент, что эмотивность имеет двусторонний характер. С одной стороны, она включает в себя план содержания и план выражения. Эмотивное содержание можно проследить на всех основных уровнях текста. Во-первых, оно составляет когнитивное содержание текста в виде различных «эмотем», а также явно подчеркивает эмоциональную основу прагматических стратегий самого автора и создателя текста. О плане выражения можно сказать, что он линейен, и представлен в текстовых фрагментах набором «языковых и текстовых маркеров эмоций», которые, в свою очередь, определяются многоуровневым эмотивным содержанием. Упомянутая двойственная природа эмотивности реализуется в том, что, если с одной стороны, она отражает разнообразные аспекты человеческой эмоциональности, то с другой, одновременно представлена характеристиками языковых и текстовых средств, которые легко и просто обеспечивают кодирование эмотивного содержания [4].

Для интерпретации, анализа текстов онлайн отзывов и функционально-семантической категории эмотивности мы использовали комплекс понятий, предложенных исследователем Ионовой С.В., который, по нашему мнению, как нельзя полно отражает содержание и форму эмотивности в тексте: «эмотивный фон», «эмотивная тональность», «эмотивная окраска». В данной статье мы остановимся на описании первых двух понятий и их характеристиках применительно к рассматриваемому жанру речи. Эмотивное содержание характеризуется эмотивным фоном и эмотивной тональностью, в то время, как эмотивная окраска способствует отражению эмотивности непосредственно в самих текстах онлайн отзывов и рекомендаций. Под эмотивным фоном (ЭФ)

подразумевается эмотивность когнитивного уровня текста, которая выражается в экспликации одной или нескольких «эмотивных тем (эмотем)». Необходимо выделить три основных типа эмотем: 1) эмотемы, основанные на знании прецедентных эмоциональных ситуаций, 2) эмотемы, основанные на экспликации эмоциональных состояний, 3) эмотемы, основанные на категории ненормы (термин В.И.Болотова) [2,4]. Анализ исследуемого материала показал, что все три вида эмотем присутствуют в текстах онлайн отзывов, что составляет 100%, при этом часто прослеживается употребление более, чем одного вида в одном примере. Так количественный подсчет привел в следующем результате: только один определенный вид (28%), два вида одновременно составили 59% всех текстов и все три вида используются в 13% отобранных отзывов и рекомендаций.

Все виды эмотем могут выступать в различных статусах: основного текста, микротемы, подтемы и субподтемы. Чтобы определить место эмотем в тематической структуре текста необходимо провести анализ соотношения рациональной и эмоциональной информации в тексте и определить особенности и роль эмотивности в тексте.

Придерживаемся определение эмотивной тональности (ЭТ) как эмотивности коммуникативного или психологического уровня текста, которую рассматривают путем выделения основной прагматической задачи. В качестве прагматической задачи могут выступать эмоциональное самовыражения, эмоциональная оценки или эмоциональное воздействие. [4].

Примеры онлайн отзывов и рекомендаций подтверждают гипотезу о том, что особенности эмотивного содержания подобных текстов могут определяться только спецификой соотношения ЭФ и ЭТ (то есть эмотем различных статусов, и видов доминирующих ЭТ).

В качестве иллюстрации рассматривается эмотивное содержание текста отзыва на сайте одного из американских университетов. Методом контекстуального анализа в работе выявлена тематическая структура письма, представленная в таблице 1: Таблица 1.

В данном примере можно увидеть, что эмотивные элементы содержания проходят через все уровни тематической структуры онлайн отзыва. Эмотивная основная тема письма, вынесенная в подразумеваемый заголовок, представляет собой эмотему, основанную на знании прецедентной эмоциональной ситуации (“Отзыв-рекомендация ****”). Плюс, здесь очевидно использование эмотивности, закодированной в знаках ****. Способом ее развертывания становится противопоставление контрастных эмоций двух подтем, первая из которых (“Положительный аспект”), представленная в первой колонке и описывает положительные характеристики рекоменду-

Эмотивное содержание отзыва.

Отзыв-рекомендация ****		
Положительный аспект	Отрицательный аспект	Образ идеального университета (вспомогательный)
1) Хороший, многообещающий университет 2) Опытный и успешный участник международных программ 3) Предоставляющий разнообразие интересных и современных программ обучения	1) Элементы неорганизованности 2) Непрофессиональный подход некоторых сотрудников	1) Благоприятная и дружественная атмосфера 2) Чистота и порядок 3) Бюрократия

емого учреждения, твердая убежденность адресанта в успешности участия в академической программе и его намерение рекомендовать и представлена описанием психологических состояний: хороший, многообещающий университет, опытный и успешный участник международных программ, возможность разнообразных интересных и современных программ обучения, которые отмечены положительными эмоциями (благоприятное и благоприятное отношение(+), одобрение и поощрение (+), удовлетворение и радость(+)). Вторая подтема основывается на категории «ненормы», так как демонстрирует нарушение нормальных, гармоничных взаимоотношений и дисциплины и представлена описанием отрицательных эмоций (злость (-), неудовлетворение(-), раздражение (-), разочарование (-)). В данном примере следует отметить вспомогательную подтему (“Образ идеального университета”), которая сама по себе не несет цель продемонстрировать эмоциональное отношение автора к стилю и образу жизни в идеальном университете. Тем не менее, с помощью этой подтемы, используя приемы прецедентных ситуаций, юмора и контраста, описываются недостатки рекомендуемого ВУЗа и выражается негативное отношение автора к последнему.

Микротемы (субподтемы) являются реализацией эмотем и основаны на экспликации эмоционального состояния с помощью создания образных представлений, которые помогают лучше пережить эмоциональное состояние.

Следует отметить, что эмотивное содержание онлайн отзывов, однако, не ограничивается эмотивностью их тем. На уровне эмотивной тональности (ЭТ) представленное содержание раскрывается в новых формах, приобретает новые оттенки значения. Именно на этом уровне определяется авторское отношение к рекомендуемому индивиду или организации и передается его оценка событий, характеристик и поведений. В данном примере эмоциональная тональность выражается, прежде всего, в оценке рекомендуемого человека или организации, коллектива, оказывающих определенные услуги. Причем в тексте присутствует оценка двух видов: положительная и отрицательная, что на самом деле, является редким случаем в данном речевом жанре, что составляет только около 1-2% в зависимости от типа

дискурса, где исследовались отзывы. Но здесь важно обратить внимание на то, что даже принимая во внимание тот факт, что негативная ситуация и опыт описаны в отзыве и занимают почти 60% всего текста отзыва, общая тональность сохраняется положительной, и даже демонстрирует серьезный, реальный и адекватный подход создателя отзыва, что добавляет авторитетности образовательному учреждению. Кроме этого, очевидно, что заключительная часть передает положительный эмотивный настрой с помощью объяснения причин недостатков и перемещения акцента на большое количество положительных характеристик.

На протяжении всего текста прослеживается противопоставление эмоциональной тональности и содержания эмотем, что тесно связано с прагматической особенностью, которая выражается постоянной необходимостью «процедуры приписывания значимости» той информации, которая является наиболее важной и специфичной [3]. Наложение эмоций фонового и тонального уровней одну на другую в тексте обуславливает специфику эмотивного содержания произведения, состоящего в создании авторитетного и достойного образа рекомендуемого индивида, коллектива или организации. Важно обратить внимание на то, что место эмотем в тематической структуре текста и места эмотивных задач в структуре его прагматических задач чрезвычайно важно и позволяет сделать вывод о текстообразующем характере эмотивности рассматриваемого жанра.

Материал исследованных онлайн отзывов и рекомендаций показал, что в текстах примеров в большом объеме используются как количественные разновидности текстовой эмотивности, связанные с уровнями текстовых элементов и характеризующиеся эмотивным содержанием (эмотивная тема, эмотивная тональность текста, эмотивная подтема, эмотивная тональность, эмотивная субподтема, так и качественные виды текстовой эмотивности. Последние определяются видами сочетаний разнообразных оценочных знаков и модальностей доминирующих эмоций эмоционального фона и тональности. Обратили внимание, что доминирующее сочетание близких по своему содержанию фоновых и тональных эмоций, которые обуславливают повышение их интенсивности (например, в большинстве положитель-

ных отзывов настроение «радости, счастья и удовольствия возможности дать рекомендацию», «восхищение и удовлетворение работой», высокая оценка достоинств достигается путем сложения идентичных эмоций фонового и тонального уровней). Такие примеры и тексты обычно являются лучшими образцами отзывов, которые с успехом используются в Интернет пространств, и могут быть названы эффективной стратегией продвижения.

Анализируемые тексты Интернет отзывов и рекомендаций можно отнести к текстам высокой насыщенности их содержания эмотивными элементами и наиболее сложного переплетения уровней текстовой эмотивности. Чтобы объяснить это, необходимо обратиться к тому, что жанр «онлайн отзыв» не является полностью официальным, и представляется как полуофициальный жанр. Здесь четко прослеживается двойственность его статуса и места в системе жанров, стилей и классификации видов дискурса. Эта особенность выражается в том, что, с одной стороны, онлайн отзывы и рекомендации являются одним из жанров официально-делового стиля, а, с другой, вследствие свойств полуофициальности, пользуются относительной свободой стиля, присутствием в различных типах дискурса, обладает высокой степенью подвижности и интертекстуальности. Следовательно, тексты могут включать элементы всех четырех стилей: научного, официаль-

но-делового, публицистического и художественного, и степень эмотивности также варьируется, но всегда достаточно высока.

Текстовая эмотивность онлайн отзывов характеризуется различными функциями: функции по соотношению рациональной и эмоциональной информации в тексте (дублирующая, компенсирующая, замещающая) и функции по прагматическим задачам (эмоциональное самовыражение автора, эмоциональная оценка, эмоциональное воздействие на адресата).

Таким образом, эмотивность рассматриваемого жанра можно отнести к комплексному (фоновому и тональному) типу. На уровне фона эмотивность реализуется в статусах тем и микротем, допускается существование нескольких эмотем различного статуса в одном тексте, которые могут выполнять дублирующую, компенсирующую и замещающую функции по отношению к рациональной информации. Эмотивная тональность отражает весь комплекс прагматических задач автора (эмоциональное самовыражение, эмоциональная оценка, эмоциональное воздействие), которые могут одновременно присутствовать в одном тексте. Вследствие наложения эмотивного фона и эмотивной тональности тексты онлайн отзывов и рекомендаций обладают относительно высокой плотностью эмотивной ткани.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Г. Функционально-прагматическая концепция текста. – Ростов-на-Дону, 1993
2. Болотов В.И. Взаимодействие экспрессивных средств и приемов для достижения эмоционального эффекта// Вестник Московского Гос.обл.Университета. №2 Москва, 2006, С.61-67
3. Т. А. ван Дейк и В. Кинч. Стратегии понимания связного текста// Новое в зарубежной лингвистике. - Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. - М., 1988.
4. Ионова С.В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: дис. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук. - Волгоград, 1998
5. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск, 1990
6. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. - Воронеж, 1987

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

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»