

СПІВВІДНОШЕННЯ ЕМОЦІЙНОСТІ ТА ЕМОТИВНОСТІ В АНГЛІЙСЬКИХ МОВНИХ АКТАХ КОМПЛІМЕНТУ

В. В. Шершон

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, група МАР-11,
навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Науковий керівник – к.філол.н., доцент С. С. Потапчук

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У статті розглядаються особливості прояву емоцій в англійській комунікативній культурі, зокрема, емотивний та емоційний типи комунікації в мовних актах компліменту.

Ключові слова: емоційний, емотивний, комунікативний акт, комплімент.

The article deals with representation of emotions in the English communicative culture and emotive and emotional types of communication in the process of making a compliment in particular.

Keywords: emotional, emotive, communicative act, compliment.

Характерна риса сучасного мовознавства – прагнення до пізнання складної природи людського спілкування, в якому мова, втілена в мовленні, є важливим засобом соціальної взаємодії. Успішне вивчення мовлення як однієї з форм соціальної поведінки, виявлення загальних закономірностей комунікативного процесу є неможливим без глибокого комплексного аналізу окремих мовленнєвих явищ у всій повноті їхніх численних аспектів (мовного, соціально-психологічного, когнітивного, етнокультурного тощо).

Актуальність теми дослідження обумовлена загальною орієнтацією сучасної лінгвістики на вивчення мовлення як динамічного процесу, а також стрімким поширенням міжмовних та міжкультурних контактів, в зв'язку з чим більшої значимості набувають питання співвідношення мови та культури, національно-культурної специфіки мовленнєвої поведінки.

Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних мовознавців, присвячених дослідженню компліменту в англійській мові, показав, що предметом вивчення були такі його аспекти: функціонування компліменту як соціальної стратегії (Н. Вулфсон, Дж. Мейнз); комплімент як відображення американських культурних цінностей (Дж. Мейнз); лексико-граматичні моделі різних типів компліменту як оцінного висловлювання (Л.О. Кокойло).

Незважаючи на те, що окремі сторони компліменту були предметом лінгвістичних студій, деякі аспекти цього типу комунікації залишаються недостатньо дослідженими. Мета дослідження полягає у виявленні співвідношення емоційності та емотивності в англійських мовних актах компліменту.

Лексема комплімент має французьке походження. В українську мову вона запозичена зі значенням: «люб'язні слова, похвала, лестощі». Із самого початку слово *комплімент* у французькій мові означало «вітання», однак з часом розвинуло інше значення: «люб'язний, приємний вислів із похвалою». У цьому значенні слово комплімент потрапило з французької до інших мов. Прагматична суть компліменту полягає у встановленні і

підтримці добрих реляцій між учасниками спілкування через позитивну оцінку адресантом певних прикмет, характеристик щодо адресата.

Комплімент – це лінгво-специфічне, культурно марковане висловлювання, метою якого є похвалити когось чи щось. Комплімент є важливим елементом у спілкуванні представників англійської культури. Адже позитивна оцінка мовця, його позитивна реакція на певний предмет чи особу, а також прагнення мовця принести задоволення адресату і тим самим виявити своє прихильне ставлення до нього є тими факторами, що впливають на стосунки між комунікантами, а, отже, впливають і на результат спілкування в цілому. Основною інтенцією компліменту є така: мовець хоче виразити своє задоволення співрозмовником і сформувати атмосферу люб'язності. Комплімент здебільшого звільняє людину від необхідності приймати самостійне рішення в стандартній ситуації, оскільки люди як раціональні істоти навіть у ситуаціях емоційної оцінки можуть надавати компліменту семантичний присмак раціонального.

Потреба у компліменті знаходиться в тісному зв'язку з ціннісними орієнтаціями суб'єкта, сформованими внаслідок спрямованості пізнавальної діяльності суб'єкта на певні цінності. Основні тематичні групи цінностей в актах оцінки пов'язані з людиною й артефактами.

Створюючи психологічний портрет англійців, В. Г. Крисько [1, С. 278–279] зазначає, що в повсякденному спілкуванні нерідко важко зрозуміти парадокси англійського національного характеру, серед яких він називає «дивне поєднання конформізму та індивідуалізму, привітності та замкнутості, відчуженості і поступливості, простоти і снобізму». Така специфіка виявляється і у вираженні англійцями емоцій, у тому числі і у висловлюваннях компліменту. Холодні й стримані англійці регулярно обдаровують один одного усмішкою, яка, що цікаво, знаходить відображення і у вербальній комунікації, і у низці ситуацій та відрізняється експресивністю, виразністю і очевидним перебільшенням: *"You couldn't have devoted yourself to a better charity, or done it more sweetly, my darling. God bless you!"* (Alcott L. «A Garland for Girls»).

Сучасні вчені надають великого значення емоційній складовій при розкритті змісту і форми універсальних культурних концептів. Вони стверджують, що «мова однакова для всіх і різна для кожного, насамперед у сфері її емотивності, де діапазон варіювання та імпровізації семантики мовних одиниць у сфері особистісних емотивних смислів найбільш широкий і різноманітний» [2, С. 59]. Проблема існування емотивного коду мови вирішена вченими позитивно: визнано наявність емотивних засобів різних мовних рівнів у національному мовному коді.

Міжмовна комунікація є одним із аспектів вивчення емотивного потенціалу мови. У процесі перекладу з однієї мови на іншу особливо актуальними стають знання національно-культурної специфіки картини світу, що виявляється в коді досліджуваних мов. Емоції – загальнолюдська універсальність, але їх відображення в мові національно специфічне, тому емотивний компонент семантики мови природно розглядати у складі його культурологічного аспекту [2, С. 2].

Щоб зрозуміти особливості прояву емоцій в англійській комунікативній культурі, Т.В. Ларіна пропонує чітко розмежувати такі поняття, як емоційність і емотивність, і визначає їх наступним чином: емоційність – інстинктивний, незапланований прояв емоцій, що є психофізіологічною потребою людини; емотивність – свідомо, запланована демонстрація емоцій, що має певну комунікативну установку [3, С. 156]. У першому випадку емоції мають природний, спонтанний характер, є відкритою демонстрацією почуттів, у другому – прояв емоцій носить навмисний характер і є стратегією комунікативної поведінки. Емоційність і емотивність мають різну спрямованість: перша сфокусована більшою мірою на суб'єкті (це емоції «для себе»), друга спрямована на об'єкт (це емоції «для інших»). Говорячи про

особливості прояву емоцій в англійській комунікативній культурі, можна уточнити, що англійська посмішка частіше є емотивною.

На думку дослідників, мовний акт компліменту в англійській лінгвокультурі має, скоріше, етикетний характер. Звідси й особливість англійської комунікативної культури, яка полягає в тому, що співрозмовники більшою мірою фокусують свою увагу на почуттях інших, їм належить бути уважними (*careful, considerate, thoughtful*) до оточуючих і їх почуттів. І це невипадково, оскільки вся система англійської ввічливості є об'єктно-орієнтованою. Поводити себе відповідно до свого внутрішнього стану, не беручи до уваги настроїв інших, є для англійської мовної особистості порушенням норм ввічливої поведінки.

Таким чином, розходження в прояві / демонстрації емоцій дозволяють виділити два типи комунікації – емотивний та емоційний. Емоційна комунікація – це спонтанна, незапланована, природна демонстрація емоцій мовця як прояв його емоційних внутрішніх станів, вона не завжди враховує реакцію співрозмовника чи оточуючих. Емотивна комунікація – це свідомо, контрольована демонстрація емоцій, яка орієнтована на співрозмовника і використовується мовцем для певної стратегії: вплив на оточуючих, демонстрація лояльності, доброзичливості, попередження можливого конфлікту, тобто вона виконує соціальну функцію. Така антиконфліктна стратегія характерна для ситуацій, в яких між співрозмовниками існує певна дистанція. Очевидно, саме тому вона більшою мірою характерна для культур, які вирізняються максимальною соціальною дистантністю, до яких, зокрема, належить англійська комунікативна культура [3, С. 157].

Наші спостереження показують, що емотивність відіграє велику роль в англійській комунікації. Притаманна англійській нації стриманість більше стосується емоційної комунікації, а не емотивної. Комунікативна емотивність, навпаки, є однією з домінантних рис англійської комунікативної поведінки і безпосередньо пов'язана з англійською ввічливістю, яка вимагає перебільшувати інтерес, симпатію до співрозмовника: *«I'm so dazzled by the brilliancy and beauty that has suddenly burst upon me, I have no words to express my emotions, answered Charlie, gallantly dodging the dangerous question.»* (Alcott L. «Rose in Bloom»). Зрозуміло, що емоції адресантів компліментів зумовлюють вибір мовних засобів, що використовуються.

Отже, **доходимо висновку**, що з точки зору представника української комунікативної культури, англійській мовній особистості характерне прагнення до «порожнього», формального вислову компліменту. Формальне вживання компліменту допускається у низці ситуацій, що передбачають висловлювання етикетної похвали. У цьому випадку комплімент складно назвати щирим, оскільки адресант застосовує такий прийом, як ввічливість-маска, користується «мовою щирості», не відчуваючи відповідних почуттів. Особливо важливо вміти правильно тлумачити прояви емоцій і розуміти їх функціональну роль у міжкультурному спілкуванні.

1. Крысько В. Г. Этническая психология. М. : Академия, 2018. 320 с.
2. Шаховской В. И. Языковая личность в эмоциональной коммуникативной ситуации. *Филологические науки*. 2002. № 4. С. 59–67.
3. Ларина Т. В. Фатические эмотивы и их роль в коммуникации. *Эмоции в языке и речи* : сб. науч. статей / под. ред. И. А. Шаронова М. : РГГУ, 2005. С. 150–160.