УДК 81'371

DOI 10.17516/2311-3499-002

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КОМПОНЕНТА КАК МЕЖПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ИНТЕКСТ

В.И. Шаховский

Статья прослеживает смену научных парадигм вокруг проблемы язык и эмоции. В ней показывается некоторая проблематика, не признающая лингвистическую теорию эмоций, и ошибочность этого непризнания на примере концептологии. Подчеркивается место типажведения, включившего в свой объект эмоциональную компоненту, которая стала главной через лингвистику эмоций в новой научной парадигме – эмотивная лингвоэкология.

На примере достижений эмотивной лингвоэкологии доказывается ошибочность концептологии в полном исключении эмоционального компонента из лингвокультурологической проблематики, т.к. лингвокультурология любого языка облигаторно связана с экологической опасностью / безопасностью, влияющих на провоцирование / избегание коммуникативных рисков. Констатируется на примере успешных / неуспешных коммуникативных практик мотивирующая роль эмоций в формировании экологического интеллекта, сознания, мышления, коммуникативного поведения пользователей языка.

Дедуцируется факт необходимости дальнейшей теоретической разработки проблемы экологизации всех дискурсов: от обиходного до дипломатического.

Ключевые слова и фразы: *концепт; догматическая формула/структура концепта; типажведение; эмоциональная компонента; эмотивная лингвоэкология.*

EMOTIONAL COMPONENT AS INTERPARADIGMAL INTEXT

V.I. Shakhovsky

The article traces the scientific paradigms around the problem of language and emotions. It shows some problems that do not recognize the linguistic theory of emotions, and the fallacy of this non-recognition on the example of conceptology. It shows the place of typazhlogy that in contrast to conceptology has included the emotional component in its object, which has become the main through the linguistics of emotions in the new scientific paradigm - Emotional linguoecology.

Taking into account linguoecological achievements the fallacy of conceptology in excluding the emotional component from the linguocultural issues is proved. It turns out that linguoculturology of any language is obligatorily connected with ecological safety / unsafety provoking or preventing communicative risks. It is stated by the examples of successful / unsuccessful communication that the role of emotions has a motivating factor in forming the ecological intellect, consciousness, thinking and communicative interaction of language users.

Deduced the necessity of scientific research into the problem of ecologization of all the communicative discourses varying from everyday communication to diplomatic discourse as highly-styled.

Keywords and phrases: *concept; dogmatic formula/structure of the concept; typazhlogy; emotional component; emotional linguoecology.*

До эмотивной лингвоэкологии успешно развивалась и продолжает развиваться эмотиология (лингвистика эмоций). Предваряя последнюю, наука быстро меняла свои научные парадигмы. После сосюрсовской структурной лингвистики стали бурно развиваться и менять друг друга ряд научных парадигм. Особенно в связи с развитием антрополингвистики:

социолингвистика, психолингвистика, текстолингвистика, компьютерная лингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика, футуролингвистика, концептология и др.

Парадигм было так много, что некоторые молодые лингвисты растерялись, так как между ними на перепутном камне было написано столько лингвистик, что они не знали, в какую сторону идти. И ещё в 1962 году Томас Кун впервые ввёл термин «смена парадигм» [Кун 1962].

Быстрая смена парадигм объяснялась быстрой меной коммуникации, так как все большее место в лингвистике 21-го века завоевывало коммуникативистское направление (коммуникология) [Матьяш и др. 2011].

Начало 2000 гг. ознаменовалось появлением очередного «чертика из ящика Пандоры». Этим «ящиком» послужила фундаментальная монография Ю.С. Степанова [Степанов 2004], а «чертями», которые повыскакивали из этого ящика, послужили концепты. Когда я через год встретился с Юрием Сергеевичем Степановым в ИЯ РАН, он мне пожаловался, что не ожидал такого повсеместного искажения его понятия «концепт». И такого бесчисленного количества диссертаций по лингвоконцептам.

Громом небесным прозвучало открытие Ю.С. Степанова о культурных константах. И молодежь, не разобравшись, о каких культурных константах идет речь, скопом бросилась сразу по всей стране описывать лингвокультурологию. Никто не обратил внимания на то, что культура – категория логическая, а не лингвистическая [Кондаков 1975], и некоторые лингвисты, вспомнив Д.С. Лихачева [Лихачев 1993], опрометью бросились на этот новый лингвистический клондайк. Была сконструирована формальная модель структуры концепта: понятие, ценность, образность. В спешке никто не обратил внимания, что в этой догме упущен конституент – эмоция, а ведь и понятия коррелируют с эмоциями (эксплицитно или имплицитно) [Шаховский 1987]. Экспрессия, согласно мнению Т.Г. Винокур, является вечной жаждой человечества [Винокур 1972]. Она изначально эмоционально загружена, другой своей частью она уходит в логическую структуру понятия, следовательно, экспрессия может быть и логической, и эмоциональной. И, наконец, ценность. Она может быть и положительной, и отрицательной, т.е. она всегда амбивалентна. Кроме этого, ценность всегда связана с оценкой. А оценка, согласно диалектическому материализму, может быть как рациональной, так и эмоциональной в разных дозах и в разных коммуникативных ситуациях.

В лингвистике уже с 80-х годов существует мнение, что понятия сопряжены с эмоциями, они имеют импликационал и интенционал [Никитин 1983, Шаховский 1987], что образность и оценка являются компонентами понятия, что ценность и оценка серьезно различаются [Василенко 1964], что оценка может быть как нейтральной, так и эмоциональной, особенно в живой речи, т.е. не в словарном состоянии семантики, а в ситуативном, и что образность как понятийная составляющая также маркирована эмоциями живой речи.

Что же анализировали исследователи в качестве концепта? Словарное состояние его обозначающего слова или ситуативное? Почти в каждой работе по концептам ни один диссертант не обходился без маркера «эмоциональный», но компонент этот не включал в догматическую структуру концепта. И доказывал, что этого компонента в структуре концепта нет. Этот факт тем более был удивительным, странным и предвзятым, поскольку у Анны Вежбицкой была специальная монография, посвященная эмоциональным концептам [Wierzbicka 1999].

Получается не все так просто, как это отражено в трехчастной структуре концепта. Структура концепта более сложная, и, самое главное, она сопровождается облигаторно эмоциональностью. Именно поэтому почти все работы по концептам, даже не ссылаясь на работы по эмоциям, упоминают этот факт, но почему-то не все исследователи желают признавать его, что нарушает принцип научной достоверности и делает все эти работы неполными.

По признанию В.И. Карасика только в диссертационном совете Волгоградского государственного социально-педагогического университета было 356 защит с 1992 по 2015 г., из них 45 докторских. По тематике: работы, посвященные концептам – всего 92, из них 5 докторских; работы о типажах – 16, из них 1 докторская. По коммуникативному типу – всего одна работа [Мироненко 2005]. В 2017 г. защитилась вторая диссертация [Пимкина 2017], в 2010 г. отдельные разделы докторской диссертации Н.Н. Панченко были посвящены тоже коммуникативному типу «демагог» [Панченко 2010]. Если учесть, что в стране несколько сотен диссоветов по филологии, то становится понятным удивление Ю.С. Степанова от количества диссертаций, спровоцированных его монографией по концептам, а он имел в виду совсем другие концепты – культурные константы.

Согласно многочисленным диссертациям, любое слово является концептом. В них, как правило, 1–2 положения, выносимых на защиту, характеризуют только внешние признаки концепта и только один (очень редко два) коммуникативные признаки. А, между прочим, для лингвистики важен именно этот аспект – коммуникативный, что, в частности, раскрывается при анализе коммуникативных типов, но, к сожалению, не во всех работах по типажведению эта веточка получила должное развитие, потому что это сложнее, это связано со сбором живого коммуникативного материала и особенно с его анализом в эмоциональной коммуникации (как в реальной, так и в художественной).

Именно в коммуникативных типажах отдается справедливая дань роли и значению эмоциональной конституэнты всех компонентов, составляющих структуру концепта. Именно эта конституэнта обогащает коммуникативную роль концепта и раскрывает перспективы его исследования. Я не думаю, что А. Вежбицкая, будучи планетарным лингвистом, ошибочно обратила на это внимание [Вежбицкая 1996].

Как ни странно, мы все являемся свидетелями того, как данная научная парадигма сама остановила свое развитие: у нее не оказалось никаких перспектив. Более интересное развитие наблюдается у парадигмы типажведения.

Рассматривая этнокультурную специфику коммуникативного поведения в целом и характерные реакции языковых личностей, позволяющие объединять их в определенные лингвокультурные типы, лингвисты стремятся найти ответ на вопрос, какие механизмы лежат в основе типичных поведенческих реакций на разнообразные стимулы. Например, какие ментальные процессы обуславливают бережливость, скупость буржуа или стремление к риску и авантюризму гусара. И в более общем плане: можно ли по ключевым параметрам культурного типажа выделить архетип или обозначить архетипический типаж?

Понятие архетипа перекликается с поиском национальной души отдельных этносов В. Гумбольдтом, выражаемой в языке, религии, искусстве. Данные направления представляются исключительно важными для понимания своеобразия и исторических судеб отдельных народов в целом.

А поскольку архетип в словоупотреблении христианских и языческих неоплатоников соответствовал «эйдосу», «идее» Платона, то Юнг оговаривал правомерность его употребления в психологии [Руткевич 1997].

Юнг, по его собственному признанию, ввел понятие архетипа вслед за понятием Канта *Urbild* «первобытный образ».

Исходя из идеи априорно воспринимаемой формы, Кант разработал схему, в которой все чувственные данные можно организовать в фундаментальные врожденные категории. Кантианские категории входят в состав и композицию всего, что есть в чувствах, и составляют часть переживания, что близко к определению архетипа Юнга.

О.А. Дмитриева очень подробно в своей работе рассмотрела историю зарождения типажведения и уделила очень много внимания Юнгу, который заложил все основы этого направления лингвокультурологии (см. подробности в [Дмитриева, Мурзинова 2015]).

Коллективное бессознательное присуще всем людям, оно передается по наследству и является основанием, на котором вырастает индивидуальная психика. Подобно тому, как наше тело представляет собой итог всей эволюции человека, его психика содержит в себе и общие биологические инстинкты, и специфические человеческие бессознательные реакции на постоянно возобновляющиеся на протяжении жизни рода феномены внешнего и внутреннего мира. Инстинкты – врожденные программы поведения, архетипы – регуляторы психики, априорные формы, передающиеся по наследству биологически, а не посредством культурной традиции.

Как справедливо отмечают О.А. Дмитриева и И.А. Мурзинова, под влиянием врожденных программ и универсальных образцов находятся не только элементарные поведенческие реакции вроде безусловных рефлексов, но также наше восприятие, мышление, воображение (детальнее см. [Руткевич 1997]).

Чем ближе типаж к архетипу, как, например, архетип «герой» – типаж «декабрист», тем большим эмоциональным откликом он обладает, тем более харизматичен, тем сильнее он манифестирует архетипическую природу во внешний мир и предстает как яркая личность.

Трикстер – двойственная природа, а именно, сочетание веселья и разрушения, и возможность выхода страстей, не признающих моральные устои (К. Юнг). Эти черты прослеживаются в характере лингвокультурного типажа «гусар»: стремление шокировать, авантюризм, риск (пример О.А. Дмитриевой). Мы предполагаем, что типаж может нести в себе несколько архетипов.

Примеры типажей: колониальный служащий, викарий, царь, британская королева, оратор и др.

Вокруг архетипов организуется внешний и внутренний опыт. Архетипы выражают врожденную двойственность между положительными и отрицательными аспектами переживаний и эмоций. Авторы признают *эмоционально маркированный* типаж (выделено мной. – В.Ш.). Именно вследствие этого потенциального эмоционального заряда, архетипы прочно укоренились в рекламе и имиджологии, то есть в видах деятельности, ориентированных на манипулирование общественным сознанием. Если при восприятии рекламы подключается архетипический уровень, у воспринимающего автоматически усиливаются все соответствующие данному архетипу эмоциональные реакции и бессознательные ожидания.

Мною совместно с моей магистранткой А.Ю. Барашевской на базе теоретических положений, приведенных в монографии О.А. Дмитриевой и И.А. Мурзиновой [Дмитриева, Мурзинова 2015] проведено исследование, целью которого было составление по его результатам типажа современного официанта. При описании социо-профессионального типажа «официант» применялись следующие методы: наблюдение, сравнение, мысленное моделирование, компонентный анализ. Дадим характеристику социо-профессиональному типуажу «официант» согласно классификации лингвокультурных типажей, предложенной О.А. Дмитриевой и И.А. Мурзиновой [Дмитриева, Мурзинова 2015: 28–30].

Социо-профессиональный типаж «официант»

Получился вот такой портрет официанта:

1) *по ассоциативному признаку* – дисперсный, т.к. данный типаж вызывает в коллективном массовом сознании ассоциации с огромным количеством людей;

2) *по признаку оценочного знака* – положительный, т.к. прескриптивно поведение и ценности типажа соответствуют общепринятым ценностям и поведению. Но фактически, не все прототипы типажа получают положительную оценку со стороны людей. Оценка типажа зависит от личного опыта человека, общавшегося с представителем данного типажа;

3) *по признаку реальности языковой личности* – реальный в силу фактического существования в социальной действительности референтной основы описываемого типажа

4) *по степени актуальности типажа* – актуальный в силу существования реалии – субъекта в общественной жизни социума;

5) *по признаку прототипности/непрототипности* – прототипный в силу наличия прототипа в реальной жизни;

6) *по признаку восприятия* – фасцинирующий (и не фасцинирующий, привлекательный/непривлекательный). Причём, фасцинированность может быть как привлекательная, так и отталкивающая. В первом случае официант хорошо обслуживает гостей, вежлив. В знак благодарности за добросовестное обслуживание могут оставить чаевые и посетить то же самое заведение снова. Во втором случае официант обманывает, обслуживает недобросовестно, невежливо, грубо обращается с посетителями. После этого клиенты могут вообще не посетить данное заведение снова, и у них может сложиться плохое мнение о заведении в целом.

У данного типажа имеется прецедентность, т.к. он хорошо известен всем представителям любого культурно-языкового сообщества. Прецедентность типажа представлена такими именами, как Мери Джейн Вотсон из фильма «Человек-паук», Вирджиния Льюис из фильма «Десятое королевство» и др.

Предупреждение

Сообщаем специальную социокультурную справку об «официанте», в которой перечисляются признаки и характеристики, которые не отмечаются в процессе нашего наблюдения и в процессе характеристики данной специальности в других наблюдениях. Именно поэтому мы и решили в качестве дополнительных характеристик назвать их для конкретизации как речевого, так и акционального портрета «официанта».

Социокультурная справка

Официант – ключевая фигура в любом заведении общественного питания. Он играет роль радушного и гостеприимного хозяина: встречает посетителей, знакомит их с меню, принимает заказ. В его обязанности входит сервировка стола, прием заказов от посетителей и быстрое их выполнение, расчет с гостями, сбор посуды. На официанте лежит большая ответственность: он активно формирует впечатление посетителей не только о себе самом, но и о своем предприятии, в том числе и через своё эмоциональное коммуникативное (эмпатическое) поведение.

Понятийная составляющая социо-профессионального типажа «официант»:

1. «м. Работник ресторана, столовой или человек из домашней прислуги, подающий кушанья, прислуживающий за столом» [Ефремова. URL: <http://enc-dic.com/efremova/Oficiant-65539.html> (дата обращения – 26.10.2015)].

2. «-а; м. [от лат. *officiants (officiantis)* – служащий] Работник ресторана, кафе, подающий кушанья. *Подозвать официанта. Дать чаевые официанту*». [Кузнецов. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov/официант> (дата обращения – 26.10.2015)].

3. «“официант” сущ., м., употр. сравн. часто, сущ., ж. официантка.

Официант — это работник ресторана, кафе, который обслуживает вас: принимает у вас заказ, приносит еду, выписывает счёт и т. п.

Любезный, галантный официант. | Подозвать официанта. | Попросить у официанта меню. | Мне кажется, официант обсчитал нас рублей на 50.

У англичан существует даже такая шутка, когда вкусно поевший в ресторане индивид недовольтно спрашивает официанта-*Waiter'a*: – *Have you added your age to the bill?*

• официантский прил.

Официантский костюм» [Дмитриев 2003. URL: <http://enc-dic.com/dmytriev/Oficiant-2594.html> (дата обращения – 26.10.2015)].

Таким образом, мы можем выделить следующие главные признаки в значении слова *официант*: 1) работник заведения общественного питания или домашняя прислуга, 2) обслуживающий стол (сидящих за столом).

Образно-перцептивная составляющая социо-профессионального типажа «официант»

При описании образно-перцептивной составляющей данного типажа были использованы интернет-источники, статьи, несущие информацию об изучаемом типаже.

1. *Внешний облик.* Является одним из главных признаков профессионализма официанта. Клиенты составляют первое впечатление по этому параметру как об официанте, так и о заведении в целом. Официант всегда ассоциируется у гостей с чистотой, аккуратностью, стройностью и красотой. На картинках и обложках учебных пособий для официантов и барменов всегда красуются гладко выбритые, подстриженные, с аккуратной прической, стройные, красивые, в идеально выглаженной униформе симпатичные молодые мужчины или девушки. Модно уложенные, чистые и убранные с лица волосы придают официанту уверенный вид. В меру допустимы косметика, парфюмерия и украшения (увы, это культурологические показатели).

Униформа в разных заведениях отличается цветом, формой, может иметь на себе логотип заведения. В униформу могут входить брюки или джинсы, жилет, фартук, бабочка или галстук, юбка, блузка.

Внимание официанта к своей внешности указывает на его уважение к гостям, а также придает уверенность в себе.

2. *Средний возраст* официанта – 18–25 лет, максимум – 30 лет.

3. *Гендерная принадлежность.* Описываемый типаж представлен как мужским, так и женским полом.

4. *Определяемый типажом социальный статус.* Профессия официанта востребована, но не является социально-престижной и очень уважаемой в России, в отличие от некоторых других стран. Другими словами, социальный престиж данной профессии зависит от страны, в которой она практикуется. Несмотря на характер клиентов, официант обязан следовать этикету.

5. *Сфера деятельности:* общественное питание, обслуживание клиентов, ресторанный бизнес, сервис.

6. *Окружение:* другие официанты, метрдотель, бармены, повара, посетители, руководство.

7. *Коммуникативное поведение.* Этот признак является собственно лингвистическим и представляет особый интерес для коммуникативного типажа. Прескриптивно официант должен уметь устанавливать контакт с гостями, поддерживать с ними разговор. На вопросы гостей отвечать вежливо, тактично и терпеливо в любых даже конфликтных, неэкологических ситуациях, быть эмоционально устойчивым, коммуникабельным, чутким. Официант должен поддерживать отношения товарищества и взаимопомощи с коллегами по работе. Он должен быстро реагировать на поведение клиентов и быть готовым предвосхитить и предотвратить конфликтную ситуацию. Официанту надлежит обладать выразительной речью, богатым запасом слов, правильным произношением. Он должен быть обучен и иметь такую компетенцию, как перераспределение и переключение внимания, понимание поведения людей и целенаправленное воздействие на них, для создания оптимальных условий общения с клиентом в процессе его обслуживания. Официант должен быть приветлив, радушен к посетителям и быть готовым выполнить их просьбы. К их претензиям относится доброжелательно и внимательно.

Привлечение внимания посетителя достигается вежливым приветствием, соответствующим внешним видом официанта, сервировкой стола. Исходя из походки гостя, осанки, одежды, его выражения лица, характера, официант принимает соответствующую форму обращения с ним, но всегда экологичную. В зависимости от времени дня официант, встречая гостя, может пожелать ему доброго утра, хорошего дня и хорошего вечера. Если гость нерешительно остановился у входа, официант обязан предложить ему свободное место за столом или помочь выбрать наиболее для него удобное.

Пробуждение интереса у гостя осуществляется при приеме заказа. Официант рекомендует блюда, напитки. При рекомендации блюд официант должен со знанием дела рассказать о его

вкусовых качествах и особенностях приготовления. Например: «Советую Вам заказать отбивные котлеты: их жарят на масле, к ним разнообразный гарнир из овощей, соус ароматный и вкусный». При общении с гостями официанту следует использовать множественные формы местоимений (мы, у нас, нам) и т. д. При беседе с гостем он должен четко и ясно выражать свои мысли, правильно строить фразы, избегать незаконченных слов (не глотать окончания слов). Указывать путь гостю нужно всегда рукой, а не кивком головы. Если у официанта заняты обе руки, то на вопрос ему следует ответить описательно, например: «Пожалуйста, вторая дверь справа».

Для полного портрета «официанта» немаловажным является общее соотношение акциональных, вербальных и авербальных актов, проявляемых официантом во время исполнения его служебных обязанностей. Не скрою, этот этап может стать перспективой специального коммуникативного исследования с акцентом на его экологичность. Предполагаю, что в результате могут быть получены интересные коммуникологические наблюдения, далеко не индивидуальные. И еще одной интересной перспективой является категоризация наиболее типичных характеристик обобщенного «официанта», как экологического, так и неэкологического типов, например: длительность выполнения заказа, его вкусовые качества и т.п.

Желательно, чтобы в своей работе официант не привлекал внимание присутствующих в зале, не мешал их беседе, не гремел посудой и приборами. Другими словами, официант не должен создавать коммуникативных помех/шумов для гостей. Встретившись с работающим рядом официантом взглядом, он должен сделать ему знак подойти наклоном головы, малозаметным жестом и т. д. Но если посетители, сев за столик, ведут продолжительный разговор, официант может, не ожидая окончания разговора, спросить: «Разрешите принять заказ?», что важно для ускорения дальнейшего обслуживания. Обслуживать он должен молча, не прислушиваясь к разговорам посетителей за столом, не вступая с гостями в разговор, не относящийся к обслуживанию.

Во всех случаях официанту нужно сохранять чувство собственного достоинства. При разговоре с посетителями он должен стоять прямо, не облокачиваясь на стол или спинку стула. Если посетитель проявит нетактичность или грубость, следует не пререкаться с ним, а постараться урегулировать конфликт самостоятельно или обратиться к администрации.

При разговоре с посетителями официант должен выбрать определенное расстояние от них — ни далеко, ни близко. Иначе в первом случае он вынужден будет говорить громче, чем обычно, а во втором — шепотом. Во время разговора официанту недопустимо смотреть в другую сторону, держать руки в кармане или скрещивать их. Все это выражает неуважение к гостям.

Заказ следует записывать, стоя напротив заказчика, не сгибая корпуса, а лишь слегка наклонив голову. Принимать заказы следует очень внимательно, чтобы предупредить возникновение каких-либо недоразумений. Если заказ большой, можно повторить его посетителю для проверки, уточнить время подачи блюд, степень прожарки мяса и т.п.

При подаче блюд официант может пожелать приятного аппетита, потом официант подносит счёт, говоря «Ваш счёт, пожалуйста!». В конце трапезы посетителей официант в ответ на благодарность гостей, говорящих «Спасибо!», может спросить, понравились ли гостям блюда и условия обслуживания, а также пригласить «Приходите к нам ещё! Удачного Вам дня!».

Ценностная составляющая социо-профессионального типажа «официант»

Описание ценностной составляющей проходило с опорой на данные из ассоциативного словаря и с применением фасеточной оценки (самооценка типажа, оценка типажем людей, оценка типажа людьми).

Начну с самооценки типажа (самоидентификации). Прототипы изучаемого типажа могут иметь разную самооценку (от низкой до высокой). Представители данного типажа с низкой

самооценкой используют уменьшительно-ласкательные суффиксы (эмоциональный конституэнт) в своей речи, не считают себя знатоками своего дела. Есть прототипы типажа, считающие себя значимыми для общества, для людей. Другими словами, типаж «официант» имеет амбивалентную самооценку.

Перейду к оценке типажа людьми. Приведу оценочные прилагательные из словаря ассоциаций:

«Каким бывает официант? вышколенным, услужливым, расторопным, смуглым, вежливым, симпатичным, любезным, настоящим, напудренным, шустрым, проворным, понимающим, молчаливым, здешним, улыбающимся, предупредительным, профессиональным, живым, заправским, безмолвным, усталым, чертовым, улыбчивым, неопытным, приветливым, бедным, довольным, изумленным, подтянутым, бесшумным, угрюмым, внимательным, подобострастным» [CAR. URL: <https://goo.gl/YVr6sw> (дата обращения – 3.11.2015)]. Из полученных данных видно преобладание позитивных прилагательных и наличие нескольких негативных. Отсюда можно заключить, что типаж имеет амбивалентную оценку со стороны людей с преобладанием положительной.

Что касается оценки людей типажом, она зависит от клиентов, которые попадают к тому или иному официанту, и коллектива, в котором он работает, их характера. Исходя из этого, официант может оценивать гостей следующим образом: дружелюбные / недружелюбные, терпеливые / нетерпеливые, щедрые / скупые, вежливые / невежливые, мягкие / грубые, проявляющие уважение / неуважение, сдержанные / капризные, снисходительные / придиричьиые, честные / нечестные и т.д. Т.е. оценка людей типажом также амбивалентна и выводится из коммуникативного поведения людей, включающего в себя вербальное поведение (использование языковых средств) и невербальное поведение (походка, манера сидеть, одежда, причёска, взгляд, характеристики голоса, тона и т. д.).

Таким образом, вышеизложенное позволяет отнести социо-профессиональный типаж «официант» к амбивалентно-оценочным.

Если официант обладает всеми вышеназванными положительными качествами: и профессиональными, и человеческими, и коммуникативными, – то его можно отнести к экологичной коммуникативной личности (КЛ) с обязательным наличием эмоциональной составляющей. Такой тип КЛ еще не был изучен и описан. Соответственно, если официант не обладает этими качествами, он является неэкологичной КЛ. Результаты данного исследования позволяют выделить два типа официанта с точки зрения их экологичности – экологичная и неэкологичная КЛ.

Считаю необходимым заметить, что слово «эксперимент» для данного исследования является условным: это была идентификация признаков, характеризующих официанта по всем коммуникативным параметрам. Превалирование негативных признаков указывало на неэкологичность персонажа и наоборот. Эта идентификация могла бы быть более адекватной, если бы использовалась методика современной эмотивной лингвоэкологии.

Совсем недавно лингвистика эмоций, объединившись с экологией и валеологией, сформировала эмотивную лингвоэкологию (далее – ЭЛЭ) со своим специфическим объектом, набором предметов, методов, методик и приёмов [Эмотивная лингвоэкология... 2013]. Формируется и понятийно-терминологический аппарат данной науки. А всё это составляет чёткие признаки новой и очень перспективной научной парадигмы. На это указывают многочисленные статьи, диссертации, монографии и международные научные конференции (Волгоград, Красноярск, Пенза, Тамбов, Амстердам, Филадельфия, Мадрид и др.). Особый интерес представляют работы А.П. Сковородникова [Сковородников 2013, 2016]

Объектом этой новой научной парадигмы является модус экологичности общения во всех его видах и типах в зависимости от эмоциональных валентностей конкретной языковой личности и определенной коммуникативной эмоциональной ситуации (далее – КЭС),

снимающей природную амбивалентность эмоций человека [Шаховский 2008; Эмотивная лингвоэкология... 2013; Шаховский 2016].

Предметы этой науки многочисленны. Составление библиотеки типичных КЭС в аспекте дискурсивности эмоций и эмоциональной коммуникации требует выделения и специального изучения следующих дискурсов с точки зрения экологичности, их правдивости и лживости: медийного, конфессионального, секс-меньшинств, украинского, сирийского, новоросского, научно-технического, педагогического, политического, криминального, протестного, чиновничьего, экономического, медицинского, интернет-дискурса, спортивного, исаакиевского, трамповского и др.

Важнейшей задачей эмотивной лингвоэкологии является воспитание экологии мышления (и включённой в неё эстетики), сознания, речепроизводства, внутреннего цензора экологичности своего коммуникативного поведения, а также экологического интеллекта, входящего в экологическую матрицу *homo sapiens / sentiens* (см.: [Шаховский 2016]).

Цель ЭЛЭ – вскрыть и описать все параметры экологичного и неэкологичного общения во всех дискурсах и заложить их через обучающую коммуникацию в эмоциональную и эмотивную компетенцию коммуникативной личности. ЭЛЭ работает в пределах коммуникативного круга (или коммуникативной триады): человек, язык, эмоции.

Данная наука может быть определена как одна из экономических категорий, поскольку от модуса эмоций, реализуемых в позитивном или негативном общении, зависит здоровье человека, его самочувствие, которое не может не влиять на качество его профессиональной деятельности.

Существуют факты, события и ощущения человека, т.е. его переживания этих фактов и событий. Кроме этого, существуют языковые комментарии как фактов и событий, так и самих переживаний. Это комментирование осуществляется людьми, и в первую очередь, если это общественные факты и события, то журналистами СМИ и их читателями и пользователями соцсетей (см., напр., комментарии читателей в соцсетях статей журналиста «МК» А.В. Минкина [MK.RU. URL: <http://www.mk.ru/authors/aleksandr-minkin/> (дата обращения – 3.11.2016)]). В зависимости от того, какие эмоции переживает в момент комментирования человек в своих блогах, инстаграммах, чатах и т.п., он пользуется теми или иными (экологичными / неэкологичными) языковыми средствами, соответствующими конкретной КЭС и ее стилю.

Уже доказано, что все эмоции дискурсивны: они порождают КЭС, которая в свою очередь провоцирует новые эмоции или трансформирует исходные. ЭЛЭ установила, что одна и та же эмоция (признак) в разных КЭС может реализовывать свои бесчисленные варианты, которые, в терминах семной семасиологии, получили название конкретизаторов.

Проблема признаков эмоции и их конкретизаторов чрезвычайно важна как для внутрикультурного, так и для межкультурного общения (и тоже составляет предмет изучения ЭЛЭ), особенно для переводов беллетристики и для составления двуязычных словарей, т.к. каждая эмоция национально специфична в языковом оформлении [Wierzbicka 1999].

Выделение конкретизаторов у каждого значения слов-признаков способствует расширению понимания смыслового варьирования в целях более успешной коммуникации как во внутрикультурном, так и в межкультурном видах. Знание более широкого круга смысловых конкретизаторов, опредмечивающих мысль, позволяет в каждой конкретной КЭС отобрать наиболее экологичный, а потому и кооперативный вариант. ЭЛЭ привлекает внимание педагогов (не зря в последние годы говорят об экологии педагогики), поскольку современное молодое поколение устранилось от печатного текста классической и современной художественной литературы и не владеет русским литературным языком. Возвращение к живому тексту, на мой взгляд, будет способствовать экологизации обучения и воспитания, а также сохранению литературных форм общения.

К сожалению, благодаря масс-медиа, как я уже отмечал ранее в своих работах, и литература, и искусство во всех его видах и жанрах загрязнены медийными креатемами [Шаховский 2016а].

Всё вышеотмеченное, несомненно, обращает внимание всех лингвистов на необычайно важную роль психоэмоционального состояния общества и каждого индивида. Эта проблематика должна привлекать внимание не только лингвистов, но и всех, кто работает с языком, кто имеет дело с печатными и непечатными СМИ, а также с процессом воспитания и образования.

Наверное, не очень скромно, но зато очень радостно и приятно, что довольно много филологов солидарны с мнением Волгоградского филолога К.А. Троилина, написавшего мне следующее:

Все лингвисты препарируют уже сложившиеся языковые системы, даже "мёртвые" – а вы "на слух" пытаетесь оказывать первую терапевтическую помощь здоровенной розовощёкой бабе – Русской Речи – правда, немного, по собственной глупости, хрипло подкашливающей.

Вы, каким-то провидением, выбрали тему исследований, которую мировые академические авторитеты лингвистики всегда недооценивали, а если сказать прямо – побаивались. Какие аналитические схемы, какие логические формулы можно построить, классифицируя, в сущности, зоологическую природу эмоций? Но ведь эмоции есть в вербальных коммуникациях! И тогда Вы начали методично и расчётливо выявлять признаки эмоций в окружающем "вербальном массиве" – "за ушко да на солнышко" вызволять их на всеобщее обозрение. И, о чудо! "Всего-навсего" через пару-тройку десятков лет "научная" и не только общественность обнаружила – "Эмоции!". Не как мимолётное колебание воздуха, а как – твёрдое, вполне осязаемое тело: сотни научных трудов – книг, статей, публикаций, ссылок, диссертаций... Целое подразделение учеников, последователей, авторов, педагогов... Вы материализовали идею. "Эмоции" перестали быть строчкой в словаре. Я ориентируюсь в мировых познанных "трендах" и "статусах" – "теория эмоций" в настоящее время развивается по взмаху Вашей дирижёрской палочки.

Литература

Аверинцев С.С. Архетипы // Мифы народов мира. Энциклопедия. Т.1. М.: Советская энциклопедия, 1980. С. 110–111.

Бульбенко Е.С. Объективация концептов "коварство" и "хитрость" в языковом сознании и художественной коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград. 2013. 221 с.

Василенко В.А. Ценность и оценка: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Киев. 1964. 21 с.

Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ., отв. ред. М.А. Кронгауз, вступ. ст. Е.В. Падучевой. М.: Русские словари, 1996. 416 с.

Винокур Т.Г. О содержании некоторых стилистических понятий // Стилистические исследования (на материале современного русского языка). М.: Наука, 1972 С. 7–107.

Диссернет – вольное сетевое сообщество экспертов, исследователей и репортеров, посвящающих свой труд разоблачениям мошенников, фальсификаторов и лжецов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dissernet.org/> (дата обращения: 15.08.2017).

Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка. [Электронный ресурс]. 2003. URL: <http://enc-dic.com/dmytriev/Oficiant-2594.html> (дата обращения: 26.10.2015).

Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж и архетип // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. / Федеральное агентство по образованию, ВГПУ, каф. языкознания, науч.-исслед. лаб. "Язык и личность"; ред. кол.: Е.И. Шейгал, Н.Н. Панченко, Ю.М. Иванова. Волгоград: Парадигма, 2006. С. 66–73.

Дмитриева О.А., Мурзинова И.А. Теория лингвокультурных типажей [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015. 92 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/35196> (дата обращения: 26.10.2015).

Ефремова Т.Ф. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://enc-dic.com/efremova/Oficiant-65539.html> (дата обращения: 26.10.2015).

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник. [Электронный ресурс]. URL: http://nashaucheba.ru/kondakov_logichslovar.djvu (дата обращения: 01.07.2017).

Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. 1-е изд-е. СПб.: Норинт, 1998. URL: <http://enc-dic.com/kuzhecov/Oficiant-23712.html> (дата обращения: 26.10.2015).

Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1962. 300 с.

Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз., 1993. Т. 52. №1. С. 3–9.

Межличностная коммуникация: теория и жизнь / О.И. Матьяш, В.М. Погольша, Н.В. Казаринова, С. Биби, Ж.В. Зарицкая. Под науч. ред. О.И. Матьяш О.И. и др. СПб.: Речь, 2011. 560 с.

Мироненко М.В. Шутник как коммуникативная личность: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград. 2005. 211 с.

Никитин М.В. Лексическое значение слова. М.: Высшая школа, 1983. 125 с.

Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория: монография / науч. ред. В.И. Шаховский. Волгоград: Изд-во ВГПУ "Перемена", 2010. 322 с.

Пимкина Е.С. Скептик как коммуникативная личность: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград. 2016. 192 с.

Пузырёв А.В. О системном подходе в языке: учеб. пособие для студентов филол. специальностей. М.: ВНИИ геосистем, 2014. 520 с.

Руднев В.П. Словарь культуры XX века. М.: Аграф, 1997. 384 с.

Руткевич А.М. Архетип // Культурология. XX век. Словарь. СПб.: Университетская книга, 1998. С. 37–38.

Сковородников А.П. Между экспрессивностью и вульгарностью (лингвоэкологические размышления над газетным жанром сатирического комментария) // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве. Волгоград: Издательство ВГСПУ "Перемена", 2013 С. 247–260.

Сковородников А.П. Экология русского языка: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2016. 388 с.

Словарь ассоциаций Reright [Электронный ресурс]. URL: <http://www.reright.ru/analysis/505353~%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BD%D1%82.html> (дата обращения: 3.11.2015).

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. М.: Академический Проект, 2004. 991 с.

Цицерон Марк Туллий. Антология гуманной педагогики / сост. и коммент. Я.А. Волкова, В.К. Пичугина; вступ., закл. и сопр. разделы статьи В.К. Пичугиной; науч. ред. В.Г. Безрогов. М.: Неолит, 2017. 132 с.

Шаховский В.И. Креатемы в модели языкового сознания русских // Вопросы психолингвистики. № 2 (28). 2016 а. С. 324–333.

Шаховский В.И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции (монография). Волгоград: изд-во ИП Поликарпов И.Л., 2016б. 504 с.

Шаховский В.И. Соотноится ли эмотивное значение слова с понятием // Вопросы языкознания. № 5. 1987. С. 47–58.

Шаховский В.И. Эмоциональные валентности журналиста А.В. Минкина. Коммуникативный стиль и тональность писем к Президенту // Проблемизагального, германьского та слов'янського мовознавства. Чернівці: Книги – XXI. 2008. С. 351–356.

Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: кол. моногр. / науч. ред. проф. В.И. Шаховский; отв. ред. проф. Н.Н. Панченко, редкол.: Я.А. Волкова, А.А. Штеба, Н.И. Коробкина. Волгоград: Изд-во ВГСПУ "Перемена", 2013. 450 с.

Wierzbicka A. Emotions across languages and cultures: diversity and universals. Cambridge University Press, 1999. 361 p.

Referents

Averincev S.S. Arhetipy [Archetypes]. *Mify narodov mira. EHnciklopediya [Myths of Nations of the world. Encyclopedia]*. Vol.1. Moscow: Sovetskaya inciklopediya Publ., 1998. Pp. 110–111.

Bul'benko E.S. Ob'ektivaciya konceptov "kovarstvo" i "hitrost'" v yazykovom soznanii i hudozhestvennoj kommunikacii [the Objectification of the concepts of "deceit" and "trickery" in the linguistic consciousness and creative communication]. Philology Cand Diss. Volgograd. 2013. 221 p.

Vasilenko V.A. Cennost' i oценка [Value and evaluation: the abstract]. Abstract of Philology Cand. Kiev. 1964. 21 p.

Vezhbickaya A. YAzyk. Kul'tura. Poznanie [Language. Culture. Knowledge] / Per. s angl., отв. red. M.A. Krongauz, vstup. st. E.V. Paduchevoj. Moscow: Pusskie slovari Publ., 1996. 416 p.

Vinokur T.G. O sodержanie nekotoryh stilisticheskikh ponyatii [On the content of some stylistic concepts]. *Stilisticheskie issledovaniya (na material sovremennogo russkogo yazyka) [Stylistic studies (on the basis of the contemporary Russian language)]*. Moscow: Nayka Publ., 1972. Pp. 7–107

Dissernet – vol'noe setevoe soobshchestvo ehkspertov, issledovatelej i reporterov, posvyashchayushchih svoj trud razoblacheniyam moshennikov, fal'sifikatorov i lzhecov [Discerned – is free online community of experts, researchers and reporters who are dedicating their work to the revelations of the swindlers, forgers and liars]. Available at: <https://www.dissernet.org/> (accessed 15.08.2017).

Dmitriev D.V. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. 2003. Available at: <http://enc-dic.com/dmytriev/Oficiant-2594.html> (accessed 26.10.2015).

Dmitrieva O.A. Lingvokul'turnyj tipazh i arhetip [Linguo-cultural type and archetype]. *CHelovek v kommunikacii: koncept, zhanr, diskurs [Man in communication: concept, genre, discourse]*: sb. nauch. tr. / red. kol.: E.I. SHEjgal, N.N. Panchenko, YU.M. Ivanova. Volgograd: Paradigma Publ., 2006. Pp. 66–73.

Dmitrieva O.A., Murzinova I.A. Teoriya lingvokul'turnyh tipazhej [The theory of linguistic cultural types]: uch. posobie. Saratov: Aj Pi Er Media Publ., 2015. 92 p. Available at: <http://www.iprbookshop.ru/35196> (accessed 26.10.2015).

Efremova T.F. Tolkovyj slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of Russian language]. Available at: <http://enc-dic.com/efremova/Oficiant-65539.html> (accessed 26.10.2015).

Karasik V.I. YAzykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena Publ., 2002. 477 p.

Kondakov N.I. Logicheskij slovar'-spravochnik [Logical dictionary-reference book]. Available at: http://nashaucheba.ru/kondakov_logich_slovar.djvu (accessed 01.07.2017).

Kuznecov S.A. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo yazyka [Big explanatory dictionary of Russian language]. 1-e izd-e. SPb.: Norint Publ., 1998. Available at: <http://enc-dic.com/kuzhecov/Oficiant-23712.html> (accessed 26.10.2015).

Kun T. Struktura nauchnyh revolyucij [The structure of scientific revolutions]. Moscow: Progress Publ., 1962. 310 p.

Lihachev D.S. Konceptosfera russkogo yazyka [The conceptosphere of the Russian language]. *Izvestiya RAN. Ser. lit. i yaz.* 1993. Vol. 52. No 1. Pp. 3–9.

Mezhlichnostnaya kommunikaciya: teoriya i zhizn' [Interpersonal communication: theory and life] / O.I. Mat'yash, V.M. Pogol'sha, N.V. Kazarinova, S. Bibi, ZH.V. Zarickaya. Pod nauch. red. O.I. Mat'yash i dr. SPb.: Rech' Publ., 2011. 560 p.

Mironenko M.V. SHutnik kak kommunikativnaya lichnost' [Good sense of humor as a communicative person]. *Philology Cand Diss.* Volgograd. 2005. 211p.

Nikitin M.V. Leksicheskoe znachenie slova [Lexical meaning of the word]. Moscow: Vysshaya shkola Publ, 1983. 125 p.

Panchenko N.N. Dostovernost' kak kommunikativnaya kategoriya [Reliability as a communicative category]: monografiya / N.N. Panchenko; nauch. red. V.I. SHahovskij. Volgograd: Izd-vo VGPU "Peremena" Publ, 2010. 322 p.

Pimkina E.S. Skeptik kak kommunikativnaya lichnost' [Skeptic as a communicative person]. *Philology Cand Diss.* Volgograd. 2016. 192 p.

Puzyryov A.V. O sistemnom podhode v yazyke [About the system approach in language]: ucheb. posobie dlya studentov filol. special'nostej. Moscow: VNII geosistem Publ., 2014. 520 p.

Rudnev V.P. Slovar' kul'tury XX veka [The dictionary culture of XX century]. Moscow: Agraf Publ., 1997. 384 p.

Rutkevich A.M. Arhetip [Archetype]. *Kul'turologiya. XX vek. Slovar'* [Cultural Studies. XX century. Dictionary]. SPb.: Universitetskaya kniga Publ., 1997. Pp. 37–38.

Skovorodnikov A.P. EHkologiya russkogo yazyka [Ecology of the Russian language]: monografiya. Krasnoyarsk: Sib. feder. un-t Publ., 2016. 388 p.

Skovorodnikov A.P. Mezhduekspressivnost'yu i vul'garnost'yu (lingvoehkologicheskie razmyshleniya nad gazetnym zhanrom satiricheskogo kommentariya) [Between expressiveness and vulgarity (linguoecological reflections on the newspaper genre of satirical commentary)]. *EHmotivnaya lingvoehkologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve* [Emotive linguoecology in the modern communicative space]. Volgograd: Izdatel'stvo VGSPU "Peremena" Publ., 2013. Pp. 247–260.

Slovar' asociacij Reright [Dictionary of associations Reright]. Available at: <http://www.reright.ru/analysis/505353~%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BD%D1%82.html> (accessed 3.11.2015).

Stepanov YU.S. Konstanty. Slovar' russkoj kul'tury [Constants. The dictionary of Russian culture]. Izd. 3-e, ispr. i dop. Moscow: Akademicheskij Proekt Publ, 2004. 991 p.

Ciceron Mark Tullij. Antologiya gumannoj pedagogiki [Anthology of humane pedagogics] / sost. I komment. YA.A. Volkova, V.K. Pichugina; vstup., zakl. i sopr. razdely stat'i V.K. Pichuginoj; nauch. red. V.G. Bezrogov. Moscow: Neolit Publ., 2017. 132 p.

SHahovskij V.I. Kreatemy v modeli yazykovogo soznaniya russkih [Createmy in the model of language consciousness of Russian]. *Voprosy psiholingvistiki*. No 2 (28). 2016 a. Pp. 324–333.

SHahovskij V.I. Dissonans ehkologichnosti v kommunikativnom krugue: chelovek, yazyk, ehmocii (monografiya) [Ecological Dissonance in communicative circle: man, language, emotions (monograph)]. Volgograd: izd-vo IP Polikarpov I.L. Publ., 2016 b. 504 p.

SHahovskij V.I. Sootnositsya li ehmotivnoe znachenie slova s ponyatiem [Whether the emotive meaning of the word correlates with the concept]. *Voprosy yazykoznaviya*. No 5. 1987. Pp. 47–58.

SHahovskij V.I. EHmocional'nye valentnosti zhurnalista A.V. Minkina. Kommunikativnyj stil' i tonal'nost' pisem k Prezidentu [Emotional valence journalist A.V. Minkin. Communication style and tone of letters to the President]. *Problemi zagal'nogo, german'skogo ta slov'yan'skogo movoznavstva* [problems of General, Germanic, one Slavic movoznavstva]. CHernivci: Knigi – XXI Publ.. 2008. Pp. 351–356.

EHmotivnaya lingvoehkologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve [Emotive linguoecology in the modern communicative space]: kol. monogr. / nauch. red. prof. V.I. SHahovskij;

otv. red. prof. N.N. Panchenko, redkol.: YA.A. Volkova, A.A. SHteba, N.I. Korobkina. Volgograd: Izd-vo VGSPU "Peremena" Publ., 2013. 450 p.

Wierzbicka A. Emotions across languages and cultures: diversity and universals. Cambridge University Press, 1999. 361 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Шаховский Виктор Иванович, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры языкознания

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Россия, Волгоград, 400066, пр. Ленина, 27

E-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

ABOUT THE AUTHOR:

Shahovsky Viktor Ivanovich, Doctor of Philology, Full Professor, Professor of the Department of Linguistics

Volgograd State Socio-Pedagogical University

27 prospect Lenina, Volgograd 400066 Russia

E-mail: shakhovsky2007@yandex.ru