

Л. В. Витченко

СПЕЦИФИКА РЕЧЕВЫХ АКТОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ
ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СФЕРУ КОММУНИКАНТА
(на материале итальянского языка)

Эмоциональные директивные речевые акты (ЭДРА) являются важным средством воздействия на эмоциональную сферу коммуниканта, характеризующую чувства и ощущения, переживания и настроения, а также свойственные субъектам общения эмоции.

Анализ свыше 2000 диалогических фрагментов, отобранных из художественных произведений современных итальянских авторов и имеющих в своем составе директивы с различной семантико-прагматической вариативностью, показал, что ЭДРА гораздо менее частотны, чем, например, директивные речевые акты, направленные на акционально-поведенческую или коммуникативную сферы коммуниканта. Так, на долю ЭДРА приходится 15 % соответствующих контекстов, задействованных в выборке, а распространенность ДРА, ориентированных на акционально-поведенческую и коммуникативную сферы партнера, составляет соответственно 34 % и 31 %. Меньшая (по сравнению с ЭДРА) частотность свойственна директивным речевым актам, характеризующим воздействие на ментальную и перцептивную сферы адресата (каждая в отдельности по 10 %). Тем не менее, относительно невысокая представленность ЭДРА отнюдь не свидетельствует об ограниченности анализируемых речевых действий в прагматическом плане.

Так, по нашим наблюдениям, посредством ЭДРА говорящий чаще всего:

- блокирует возникающее у слушающего чувство беспокойства:

ANGELA Hanno chiuso l'aeroporto.

CARLA Oh mamma mia! E ora come si fa?

*ANGELA **Non preoccuparti**, è solo per la neve, domani lo riaprono* (V.di Piramo. Natale al Basilico);

- заверяя адресата в искренности и/или непреднамеренности злого умысла со своей стороны, стремится минимализировать у собеседника возникающее чувство тревоги или волнения:

ATTANASIO Non andartene.

MARIA Non posso rimanere.

*ATTANASIO Se è per quello che è successo l'altro ieri, **stai tranquilla**, non accadrà più, la butto la pistola... è stato un momento, non so nemmeno io che cosa m'è successo... (R. D'Alessandro. Una casa di pazzi);*

- стимулирует собеседника сохранять спокойствие:

GARRIELE (Singhiozzando) Non doveva farlo. Non doveva farmi questo! Tutto ma non questo. Questo no...

*ANNA Gabriele, **calmati**, amore. Per favore, non fare così* (R. Skerl. Questi figli amatissimi).

Указанные прагматические функции наблюдаются в ЭДРА, составляющих в общей сложности 70 % от общего числа контекстов, в которых говорящий посредством своего ДРА оказывает воздействие именно на эмоциональную сферу адресата.

Важно также подчеркнуть, что в итальянском языке подобные прагматические задачи могут решаться не только посредством ЭДРА, а также с помощью междометных и именных конструкций, входящих в состав различных речевых действий коммуниканта, см., например: *Calmi, voi tutti, forse possiamo metterci d'accordo/Tranquillo, adesso vado, mi spiace/Niente preoccupazioni, solo... lavoro e basta*. Такая тенденция особенно проявляется в диалогических фрагментах, в которых основной целью говорящего является приободрение коммуникативного партнера, придание ему дополнительной уверенности в своих силах: *Salta, coraggio/Puoi batterlo, Lee, forza!*

Гораздо меньшую частотность демонстрируют ЭДРА (20 % от общего количества диалогических фрагментов), посредством которых говорящий стремится заблокировать и/или, по крайней мере, минимизировать у адресата:

- чувство страха:

– *Non ti spaventare, non ti sto seguendo. La mia camera è dopo la tua, devo passare per forza di qui.*

– *Non sono spaventata* (F. Volo. Le prime luci del mattino);

- чувство обиды:

MAMMA Davvero, tesoro, a te quale ti piace di più?

BRUNO Nessuna delle due, a me mi sei sempre piaciuta al naturale, lo sai bene.

MAMMA Bruno, non ti offendere, ma secondo me, di donne non hai mai capito nulla.

BRUNO Lo so (O. De Santis. La moglie nuova);

- чувство злости:

– *Niki, aspetta. Ok, siamo usciti, ma non siamo usciti, così dobbiamo ancora fare la nostra uscita, ok? Meglio, no?*

– *Se lo dici tu...*

– *Dai, non ti arrabbiare* (F. Moccia. Scusa ma ti chiamo amore).

Интерес также представляют ЭДРА, посредством которых именно адресат, в свою очередь, сигнализирует адресанту о том, что речевые/неречевые действия последнего вызывают у него неприятие, сожаление, раздражение и т.п. (на побудительные высказывания такого типа приходится 10 % контекстов выборки), как, например, в следующем диалогическом фрагменте:

GIULIO Potresti passare a trovare la nonna un pomeriggio. E' un bel po' che non ci vai. La fai contenta.

GABRIELE Lo so, papa. Lo so! Quando posso, ci vado. Torno a casa alle nove tutte le sere! Quando vuoi che ci vada!? L'ho chiamata, le ho telefonato e quando posso ci andrò! Per piacere, non mi stressare anche tu! (R. Skerl. Questi figli amatissimi).

Таким образом, несмотря на относительно невысокую частотность, эмоциональные директивные речевые акты представляют собой класс речевых действий, посредством которых говорящий стремится свести к минимуму возникновение и/или аккумуляцию у своего партнера по общению любых негативных чувств, эмоций или состояний.

М. А. Гладко

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА XXI ВЕКА

Телевидение во всем своем развитии информационных, образовательных, художественных и других каналов подготовило почву для появления новых видов потребностей людей. Это позволяет активно использовать познавательную (просветительскую) составляющую современного медиапространства.

Различные потребности человека формируют разные типы жанров, которые в свою очередь опредмечивают потребности. Как отмечал Д. С. Лихачев, изменения общественных потребностей и быта должны отражаться в жанровой системе. Так, физиологические потребности (забота о своем теле, здоровье, пище) определяют тележанры *кулинарный рецепт, совет эксперта (врача), мастер-класс, вопрос о «наболевшем»*; потребность в обеспечении быта формирует жанры *телеремонт, телемастерская, автомастерская, тест-драйв, дачный совет*; потребности в любви, уважении и принадлежности определяют жанры *консультация психолога, телепортрет*; потребность в знании реализуется благодаря жанрам *совет специалиста, ретроавто-обзор, IT-новинки, вопрос специалисту, спортивный телегид*; потребность в досуге удовлетворяется с помощью жанров *путешествие-путеводитель, хобби-телегид, культурный (кино, театры, музеи и т.д.) обзор*; потребность в красоте (молодости) – *бьюти-консультация, бьюти-новинки*.

Таким образом, познавательный сегмент медиадискурса с помощью традиционных медиа- (обзор, телепортрет, гид) и речевых (совет, консультация, вопрос, беседа и т.д.) жанров выкристаллизовывает «свои» жанровые модели, которые становятся маркерами времени. Так, существовавшие жанры трансформированы с помощью рекламного компонента, например, *кулинарный рецепт, модный обзор* [медиажурнал, с. 48], идеологизированы жанры *телепортрет, путешествие*, сформировались новые жанры *телепреобразование, телемастерская, бьюти-консультация, IT-новинки, обозрение интеллектуального капитала, мастер-класс, тест-драйв, консультация психолога, селфи известной личности*.

Эти жанры сконструированы с учетом потребностей адресата, общим движением массовой аудитории к познанию, интересу к углублению своих обыденных, житейских знаний. Они предполагают насыщение полезной для