

*changed my way of thinking and I am so glad that he did. I could understand the Bible & I really liked to go to church & I had a desire to get the sin out of my life.* Впевненість автора повідомлення у своїй правоті, пережитий досвід, який свідчить про існування Ісуса Христа, виводить його в домінуючу статусну позицію.

*Pops how do i know I am saved? I know because after I excepted Jesus into my life, I felt the freedom, I felt the Love and I felt the peace which has been in me since I excepted Jesus. It never leaves you. It is something that this world or anyone in this world can never ever give you. And it is all beautiful to.* Blessings. Домінування автора виражене у притаманним християнам спокої та розважливості, хоча його відповідь недостатньо аргументована. Дане повідомлення виражає відкриту позицію адресата, який не так явно стверджує свою домінуючість як попередній.

Актуальним для віртуальної комунікації процесом є створення певної авторської позиції, статусної для обраних умов спілкування, яка вже сама собою стає основою для подальшого розгортання комунікації. Підсумовуючи вищезгадане, слід зазначити, що відображення прихованої позиції адресата в Yahoo!Answers трапляється переважно в таких тематичних категоріях як *News & Events, Politics & Government, Society & Culture, Social Science*. Виділення цієї позиції мотивується тим, що автор електронного тексту як індивід є вторинним, на перший план виходить авторитетне джерело інформації, на яке він посилається, або статус ідеології. Відкрита позиція адресата в електронних текстах Yahoo!Answers реалізується у більшості решти тематичних категорій цього інформаційно-довідкового сервісу. Важливим у контексті статті є виявлення засобів вираження статусу домінування, використання адресатом певних комунікативних зусиль для ствердження своєї відкритої позиції, а відтак для якомога повнішої реалізації функцій електронного тексту.

**Висновки.** Як підсумок, слід наголосити на тому, що урахування чинника адресата у віртуальній комунікації в Yahoo!Answers свідчить про спрямованість автора на використання тактик впливу та маніпуляційних тактик. Створення ситуацій інформаційного комфорту у спілкуванні, тобто таких умов, за яких інформація сприймається в якомога повнішому обсязі і з тими настановами, що закладалися автором, є важливим свідченням урахування комунікативних характеристик адресата у тексті.

#### Література:

1. Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалі періодики США) : автореф. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / У. О. Потятиник. – К., 2003. – 21 с.
2. Різун В. В. Аспекти теорії тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту. – К. : РВЦ Київський університет, 1998. – С. 5–60.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля. – К., 2006. – 716 с.
4. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. – 249 с.
5. Брудный А. А. Психологическая герменевтика : учебное пособие / А. А. Брудный. – М. : Лабиринт, 1998. – 336 с.
6. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата / О. П. Воробьева. – К. : Вища школа, 1993. – 199 с.
7. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / И. М. Колегаева. – Одеса : Обл. упр. по печати, 1991. – 121 с.
8. Нешищенко Г. П. Язык и культура / Г. П. Нешищенко // Язык как средство трансляции культуры. – М. : Наука, 2000. – С. 86–101.
9. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : монографическое учебное издание / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, Изд. Вовчок О. Ю., 2004. – 336 с.
10. Сау. How do you know you are saved? (Christian)? [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=AsB9GgV2PjrQW1rXlJEibSwjzKIX;\\_ylv=3?qid=20091005200950AAonPYu](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AsB9GgV2PjrQW1rXlJEibSwjzKIX;_ylv=3?qid=20091005200950AAonPYu).
11. Gunkedar. Why is Jesus Christ considered in «history» rather than in «mythology»? [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=ArTviEUUpETnuuhzzlVvk4Tb7BR;\\_ylv=3?qid=20071203023611AAGQrcF](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=ArTviEUUpETnuuhzzlVvk4Tb7BR;_ylv=3?qid=20071203023611AAGQrcF).
12. Richard. Which is better camera? [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу : [http://answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=AopYfzcbB34L7J2ZfP\\_Y320xQt;\\_ylv=3?qid=20080220023714AAlokX2](http://answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AopYfzcbB34L7J2ZfP_Y320xQt;_ylv=3?qid=20080220023714AAlokX2).

УДК 811.111

**Н. П. Киселюк,**

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

### ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ЕКОЛОГІЮ СПІЛКУВАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ХУДОЖНЬОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ)

У статті досліджується вплив емоцій на екологію мовлення, доводиться, що екологічність / неекологічність спілкування залежить від обраних комунікантами вербальних та невербальних засобів мовлення.

**Ключові слова:** еколінгвістика, емоції, індекс емотивності, екологічність / неекологічність комунікації.

### ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА КОММУНИКАЦИИ НА ЭКОЛОГИЮ ОБЩЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА)

В статье рассматривается влияние эмоций на экологию речи, доказывается, что экологичность / неэкологичность общения зависит от избранных коммуникантами вербальных и невербальных речевых средств.

**Ключевые слова:** эколлингвистика, эмоции, индекс эмотивности, экологичность / неэкологичность коммуникации.

### INFLUENCE OF EMOTIVE COMPONENT OF ON ECOLOGY OF COMMUNICATION (ON THE MATERIAL OF ENGLISH FICTION DISCOURSE)

The article deals with the influence of emotions on ecology of communication. It is proved that communication may be ecological or non-ecological due to verbal and non-verbal means of communication chosen by communicators. The article covers such concepts as «ecolinguistics», «emotive ecolinguistics» and «ecological communication». Within the broad discipline of linguistics, various emerging sub-disciplines focus on a more detailed description and analysis of language, and are often organized on the basis of the school of thought and theoretical approach that they pre-suppose, or the external factors that influence them. Ecolinguistics is connected with a paradigm that views language to have an ecological context, and not just a historical, social or cultural context. The author attempts to identify communicative devices constituting the ecological / non-ecological communication space. The role of the emotional component in communication is discussed. The author also reveals the set of the conversation partner's emotional states programmed by the speaker's communicative

*behavior. The article addresses the question whether there is a direct correspondence between polite / impolite behavior of the communication participants, on the one hand, and the ecological / non-ecological communication, on the other hand. The author proves that non-verbal means of communication influence greatly the ecology of communication. The article reveals the number of kinesic, prosodic, proxemic and other non-verbal means that influence the ecology of communication.*

**Key words:** *ecolinguistics, emotions, index of emotivity, ecological / non-ecological communication.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Еколінгвістика, або лінгвоекотологія, розглядає взаємодію мови як з іншими мовами, так і з суспільством, тобто середовищем, в якій вона функціонує. Проблема еколінгвістики займалися такі вчені, як Е. Хауген, М. Філл, С. В. Іонова, Н. Г. Солодовнікова, В. І. Шаховський та багато інших. Процес взаємодії мови з середовищем є двовекторним: соціум впливає на мову, а мова, як головний компонент психосфери людини впливає на індивіда та на соціум у цілому, на рівень моральності та духовності суспільства [7, с. 4].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Ейнар Хауген, з чім іменем пов'язують відродження еколінгвістики, визначив її як дослідження взаємодії будь-якої мови з її оточенням [9]. Основна ідея полягає в тому, що мова формується в результаті взаємодії людей, що живуть у певному середовищі. Впродовж століть мова пристосовується до навколишнього середовища так само, як тварини та рослини досягають рівноваги у своєму оточенні, займаючи відповідну екологічну нішу. До проблем дослідження еколінгвістики мови та мовлення слід додати емоційну складову, оскільки проблема дослідження процесів збереження мови через правильне її використання та розвиток, або ж процесів «псування» мови користувачами є **актуальною** у зв'язку з емоціоналізацією та експресивацією соціуму та розповсюдженням агресивності у багатьох сферах спілкування [8, с. 145].

Проблемами впливу емоцій на мовлення людини займалися такі дослідники, як В. І. Шаховський, С. В. Іонова, Н. Г. Солодовнікова, та багато інших. Так, зокрема, В. І. Шаховський досліджував зв'язок мовленнєвого перебування з екологічністю / неекологічністю спілкування; Н. Г. Солодовнікова займалася питаннями екологічності емотивної комунікації.

**Формулювання цілей статті, постановка завдань.** Мова існує лише у свідомості мовців і функціонує лише при взаємодії з іншими мовцями та їхнім соціальним оточенням. Мета нашого дослідження – проаналізувати роль емоцій, як невід'ємного компонента будь-якої комунікації, з точки зору їхнього впливу на екологічність спілкування комунікантів та виявити особливості мовленнєвої поведінки учасників емоційної комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** Оскільки у кожного з комунікантів існує своя власна прагматика одного й того ж слова, то не викликає сумніву той факт, що оптимізації спілкування заважає неконгруентність прагматики мовця (інтенціональної інтенції) та прагматики слухача (термінальної інтенції), а неконгруентна прагматика викликає емоційний дисонанс, некооперативність та неуспішність комунікації. Таким чином, негативні емоції (роздратування, гнів, злість, ненависть тощо), які виникають під час неконгруентної прагматики комунікантів, є причиною різноманітних комунікативних невдач, а отже – і конфліктів.

Для визначення екологічності мовлення С. В. Іонова пропонує використовувати поняття позитивного індексу емотивності, тобто дотримання етичних та емотивних норм використання мови [1, с. 115–122], оскільки відсутність належної емоційної та емотивної компетенції комунікантів призводить до ураження не лише раціональної, але й чуттєвої сфери адресата навіть при сприйнятті повідомлень суто інформаційного характеру. Аналіз емоційної та емотивної комунікації у різних категоріальних ситуаціях з точки зору екологічних позицій дав змогу виділити критерії екологічності та неекологічності спілкування. На думку В. І. Шаховського, критерії неекологічного спілкування є більш диференційованими, оскільки все негативне отримує в мові детальнішу репрезентацію [6].

Як вважає Н. Г. Солодовнікова, поняття «екологічне мовлення» тісно пов'язане з терміном «гарне мовлення» [6], оскільки «гарне мовлення» – це доцільне, успішне для адресанта та ефективне для адресата мовлення [5, с. 241–242]. У свою чергу неекологічне мовлення пов'язане з терміном «негарне мовлення» [6], основними маркерами якого є емоційна неузгодженість, неадекватна тональність спілкування, відсутність толерантності, негативні оцінки, порушення комунікативного кодексу тощо. Наслідки неекологічного спілкування можуть надовго закарбуватись в емоційній пам'яті адресата і навіть спричинити шкоду його здоров'ю, оскільки, як відомо, слово має як цілющу, так і руйнівну дію.

Виходячи з вищесказаного, до критеріїв екологічного спілкування можемо віднести ввічливість, доброзичливість, толерантність, кооперативність, створення комфортного емоційного середовища, а отже – стримування негативних емоцій, вияв емпатії та інтересу до співрозмовника. Для досягнення найбільш запланованого прагматичного результату комунікант намагається здійснювати комунікацію згідно з нормами, що історично склалися в певному мовному колективі з урахуванням психологічних механізмів впливу на адресата, а також використанням лінгвістичних засобів і способів реалізації такого спілкування. Отже, екологічне спілкування тісно пов'язане з культурою мовлення – таким набором і такою організацією мовних засобів, які в певній ситуації спілкування при дотриманні сучасних мовних норм та етики спілкування забезпечують найбільший ефект у досягненні поставлених комунікативних задач.

Безумовно, що стать, вік, освіта, світогляд, соціальний статус, культура, до якої належить мовець, психологічна характеристика (наприклад, темперамент), те в якій соціальній чи психологічній ролі він виступає зумовлюють його мовленнєву поведінку. Особливістю мовленнєвої поведінки учасників емоційної комунікації є використання мовцями відповідних невербальних компонентів спілкування.

Кожен етикетний невербальний компонент (НВК) є корелятом певного мовленнєвого акту [3, с. 101]. Так, посмішка є винятково важливим несловесним знаком етикетного спілкування [4, с. 110]. Вона є незамінною у створенні привабливого особистого іміджу, оскільки дає найкращі шанси на довірливі та дружні стосунки у спілкуванні. Поняття ввічливості передбачає увагу, зовнішній вияв доброзичливості до всіх, делікатність, такт. Тобто ввічливість зумовлює свідому демонстрацію радісного емоційного стану. Маніфестація радості за допомогою посмішки на фазі встановлення контакту сприяє досягненню цілей контактостановлення. Наприклад:

*'Morning, Mrs Andrew,' he said, giving me a big smile. 'It's lovely to have you back, by gum it is.'*

*'Thank you, Joe, I'm really glad we could come up for the weekend' (Bradford, p. 150).*

У наведеному прикладі комунікант, дотримуючись стратегії ввічливості, і бажаючи справити позитивне враження на співрозмовника, окрім стандартної етикетної фрази (*Morning*), застосовує невербальний засіб комунікації (*a big smile*). Таким чином, НВК «посмішка», доповнюючи вербальну частину повідомлення, виконує функцію підтримки, чим робить це повідомлення більш експресивним і сприяє дотриманню етикетних норм спілкування. Отже, можемо вважати НВК «посмішка» показником екологічного спілкування.

Специфіка природи невербальних компонентів комунікації зумовлює їхній потенціал як засобу соціального спілкування і робить їх джерелом свідомих соціальних повідомлень, у тому числі неширих із погляду емоційного вияву. Оскільки етикет у цілому є засобом вираження емоційно значущих стосунків, то загальне етикетне правило, якому підпорядковується спілкування, полягає в «максимальному» піднесенні образу свого співрозмовника. Невербальні знаки на позначення радісного та доброзичливого емоційного стану відіграють провідну роль у реалізації стратегії ввічливості і виступають атрибутами мовленнєвого етикету. З їхньою допомогою комуніканти встановлюють контакт, підтримують доброзичливу тональність спілкування, підпорядковуючись певним правилам етикету. Одиниці мовленнєвого етикету різноманітних тематичних груп, як-от «знайомство», «зустріч», «похвала», «подяка» тощо, вимагають супроводження різноманітними кінесичними, фонаційними, проксемічними та іншими невербальними знаками. Наприклад:

- «знайомство»: «*Doris Crockford, Mr. Potter, can't believe I'm meeting you at last.*»  
«*So proud, Mr. Potter, I'm just so proud.*» «*Always wanted to shake your hand – I'm all of a flutter.*»  
«*Delighted, Mr. Potter, just can't tell you, Diggle's the name, Dedalus Diggle.*»  
«*I've seen you before!*» said Harry, as Dedalus Diggle's top hat fell off in his excitement. «*You bowed to me once in a shop.*»  
«*He remembers!*» cried Dedalus Diggle, looking around at everyone. «*Did you hear that? He remembers me!*»  
*Harry shook hands again and again* (Rowling, p. 27).
- «зустріч»: «*Good day, Mistress Protheroe,*» he greeted her, and she returned his greeting with a smile (Brown, p. 86).
- «похвала»: *He came over to me and put his hand on my shoulder.* «*You've done very well, Sam.*» He grinned and walked off toward the gorge (George, p. 131).

• «подяка»: *Cal smiled at him gratefully.* «*That's good*» (Covington, p.148).

Як свідчать приклади, невербальні компоненти беруть участь у демонстрації задоволення та радості в різноманітних категоріальних етикетних ситуаціях заради досягнення головної мети – успішності комунікації. Таким чином, можемо зробити висновок про те, що всі НВК, спрямовані на оптимізацію спілкування є носіями позитивного індексу емотивності, а отже – виступають показниками екологічності мовлення.

Недосягнення комунікативної мети в ситуаціях конфліктної мовленнєвої взаємодії викликає появу негативних емоцій, під впливом яких поведінка комунікантів значно видозмінюється, гублячи раціональні підстави. При цьому мовленнєві інтенції досить легко підлягають переорієнтації через формування у свідомості конфліктуючих образу ворога. Ця переорієнтація йде в напрямку емоційного обміну негативною оцінкою. Мета такого спілкування полягає в «найбільшому ураженні опонента» [2, с. 132], тобто нанесені йому певної моральної шкоди. Найкращим чином цій меті відповідає образливе слово. При цьому комуніканти намагаються підвищити власний і принизити комунікативний статус адресата, зневажаючи рольові норми:

«*You are nothing but drunken beast who's been with bad women so long that you can't understand Ashley or me. You've lived in dirt too long to know anything else. You are jealous of something you can't understand*» (Michell, p. 952).

Вжиті у вищенаведеному прикладі інвективи, неадекватна тональність спілкування, емоційна неузгодженість свідчать про приниження комунікативного статусу адресата. Вони вражають чуттєву сферу адресата, а отже – є індикаторами неекологічного мовлення.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок.** Таким чином, можна зробити висновок про те, що екологічне спілкування тісно пов'язане з культурою мовлення, а екологічність / неекологічність мовлення прямо залежить від емоційної сфери комунікантів. На нашу думку, головним лінгвістичним показником екологічності / неекологічності комунікації є кількість позитивних та негативних емотивів у повідомленні, а також невербальних компонентів комунікації, які підсилюють вплив цих емотивів на емотивну екосферу мовців. Концентрація негативних емотивів свідчить про неекологічність спілкування, що принижує статус комунікантів. Отже, екологічність мовлення виявляється у наявності таких прийомів репрезентації інформації, які не викликають почуття дискомфорту та не спричиняють психологічної травми. Перспективним вбачається дослідження впливу амбівалентних емоцій на екологічність комунікації.

#### Література:

1. Ионова С. В. Содержание текста как предмет эколлингвистического мониторинга // Интеграционные процессы в коммуникативном пространстве регионов : материалы Междунар. науч. конф., г. Волгоград, 12-14 апр. 2010 г. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2010. – С. 115–122.
2. Ключев Е. В. Речевая коммуникация / Е. В. Ключев. – М. : Приор, 1998. – 224 с.
3. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. – М. : Новое литературное обозрение, 2002. – 592 с.
4. Радевич-Вінницький Я. Етикет і культура спілкування : Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Я. Радевич-Вінницький. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
5. Сиротинина О. Б. Разговорные типы речевой культуры и хорошая речь / О. Б. Сиротинина // Хорошая речь / под ред. М. Л. Кормилиной, О. Б. Сиротининой. – 3-е изд. – М. : Кн. дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – С. 241–242.
6. Солодовникова Н. Г. Терапевтическая функция языка [Электронный ресурс] / Н. Г. Солодовникова, В. И. Шаховский // Ecolinguistics : человек, язык и окружающая среда. – <http://ecolinguistics.ru/index.php>
7. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций / В. И. Шаховский. – Москва : Гнозис, 2008. – 416 с.
8. Шаховский В. И., Цой А. И. Речевой перебив как маркернеэкологичной бизнес коммуникации / В. И. Шаховский, А. И. Цой // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). – 2012. – № 10 (125).
9. Haugen E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen / E. Haugen. – Standford : Standford University Press, 1972. – 256 p.

#### Ілюстративний матеріал:

1. Bradford B. T. Everything to Gain / B. T. Bradford. – L. : Harper Collins Publishers, 1995. – 381 p
2. Brown N. F. Cruel Coast / N. F. Brown. – Sussex : The Book Guild, 1987. – 135 p.
3. Covington V. Gathering Home / V. Covington. – N. Y. : Penguin Books, 1990. – 240 p.
4. George J. C. My Side of the Mountain / J. C. George. – N. Y. : Penguin Book, 1988. – 177 p.
5. Michell M. Gone with the Wind / M. Michell. – N.Y. : Avon Books, 1973. – 1024 p.
6. Rowling J. K. Harry Potter and the Sorcerer's Stone / J. K. Rowling. – N. Y. : Scholastic Inc., 1999. – 309 p.