Н.Г. КОЛОСОВА (СОЛОДОВНИКОВА)
(Волгоград)

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ КОММУНИКАТИВНОГО СТИЛЯ *HOMO SENTIENS* (на материале текстов рекламы компании “SPLAT”)

Поднимается проблема экологии эмоций и ставится вопрос о возможности экологизации коммуникативного стиля “homo sentiens” через формирование у него экологической эмотивной компетенции и воспитание его внутреннего экологического цензора.

Ключевые слова: *экология эмоций, экологичность коммуникации, экологизация, экологическая эмотивная компетенция, внутренний экологический цензор.*

О! Если б кто в людей проник:
что хуже в них? Душа или язык?

А. Грибоедов

Актуализировавшийся сегодня экологический аспект лингвистических исследований связан с ощущением носителями языка нарушения экологического баланса в сфере эмоциональной коммуникации и потребностью общества в его восстановлении. Тот факт, что в человеке всё движимо эмоциями, т. к. они являются мотивационной основой всей его деятельности, в том числе и речевой [3], объясняет, почему значительная часть неэкологичных коммуникативных действий всегда связана с эмоциональной сферой общения: неэмоциональных личностей не существует. Нарушения равновесия в системе ценностей, личностных смыслов, мотивов, физических рефлексов и социальных чувств являются зримыми, имеют очевидные психологические и социальные проявления, остро переживаются участниками коммуникативных ситуаций [4, с. 323–324].

Эколог Франс де Вааль утверждает, что чем шире человечество распространяет в мире свои представления о морали, тем больше ему приходится полагаться на интеллект, потому что, несмотря на всю уверенность в том, что мораль коренится в эмоциях, биология не слишком хорошо подготовила людей к правам и обязанностям в масштабе современного мира. Природная этика, согласно его мнению, помогает объяснить, как человек пришёл к сегодняшнему состоянию, и только. Учёный отмечает, что сегодня мы «отчаянно стараемся вырваться за пределы моральной ограниченности и применить то, что успели узнать о достойной человеческой жизни, ко всему обширному миру» [1]. Над этой задачей в ряду таких наук, как экопсихология, экопедагогика, экофилософия, экомедицина, эколингвистика, работает и развивающаяся эмотивная лингвоэкология.

Данная статья посвящена экологизации homo sentiens (человека чувствующего / эмоционального). В настоящее время изучением влияния эмоций человека на экологичность коммуникации занимается эмотивная лингвоэкология. И если сохранение и совершенствование языка – общая задача всех лингвоэкологов, то экология (сохранение здоровья) эмоций человека в коммуникации через использование эмотивно здорового (экологичного) языка – это предметная область экоэмотиологов [8, с. 22].

Цель экологии эмоций как части общей экологии человека – это профилактика психических и соматических проблем через освобождение от стресса [18]. В этой связи нельзя не вспомнить имя Ганса Селье, который хотя и не использует термин «экология эмоций», но в своей книге «Стресс без дистресса» пишет, что «для того, чтобы справиться с отрицательным стрессом жизни, нужно заложить краеугольный камень научной философии поведения – разумной профилактической и терапевтической науки о поведении человека. Экспериментально доказано, что наши собственные положительные или отрицательные чувства приносят нам пользу или вред самым прямым путем, точно так же мы извлекаем пользу или приносим себе вред, возбуждая эти чувства в других людях» [13]. Этот вывод соотносится с утверждением лингвистики эмоций о том, что язык системой своих средств транслирует положительные и отрицательные эмоциональные смыслы. Вся логика данного тезиса говорит о том, что эти смыслы могут вредить здоровью человека, что выступает предметной областью экологии эмоций.

Уточним, что мы не согласны с мнением специалистов национальной промышленно-экологической палаты, которые называют выражение «плохая / хорошая экология» грубой ошибкой и утверждают, что экология не может быть ни плохой, ни хорошей, ни даже ней-

© Колосова (Солодовникова) Н.Г., 2016

тральной, потому что экология – это наука об окружающей среде и процессах в ней, о взаимоотношениях человека со средой внутри этой среды. Наука изучает процессы и явления, она не может быть как-то описана и охарактеризована. Это всё равно как говорить о больном человеке, что у него плохая биология или анатомия [9]. Мы считаем, что когда слово «экология» применяется по отношению не к науке, а к качеству эмоций, имеет место метонимический перенос. *Экологичность эмоций* – это не их «чистота» или «загрязнённость», а положительный или отрицательный «заряд». *Экология эмоций* – это способы и средства достижения терапевтического, благотворного, оздоравливающего человека эффекта. *Экологизация человека чувствующего* – достижение названного эффекта через управление эмоциями, которые не должны причинять вреда ни самому говорящему, ни его партнёру по коммуникации.

Мы разделяем точку зрения В.И. Шаховского, который утверждает, что залогом экологичной эмоциональной коммуникации являются экологический эмоциональный интеллект и экологическая эмотивная компетенция, которые необходимо специально развивать. На наш взгляд, для реализации названных задач лингвистика эмоций предлагает действенный и строго научный метод эмотивного анализа (включает в себя называние, описание и выражение эмоций, отражённых в семантике аффективов, коннотативов и потенциативов) [15]. Обучение распознаванию эмоций через идентификацию эмотивов тренирует homo sentiens рационализировать собственные эмоции и учит моделировать экологичные эмоции у партнёра по коммуникации [16]. Названный метод также позволяет контролировать степень экологичности текстов разных жанров и стилей через сознательно избираемую каждым homo sentiens эмотивную стилистику и риторику. Знание об отражении положительных и отрицательных эмоций в семантике слов позволяет отбирать и комбинировать лучшие средства для трансляции и эвокации терапевтических (экологичных) эмоциональных смыслов. Этим же знанием можно руководствоваться для тренировки внутреннего экологического цензора, который, как нам представляется, выполняет функцию своеобразного фильтра эмоций. Эмоции, проникая в слово, формируют модус его экологичности. Осознавая и предвосхищая оценочный смертогенный или животворящий потенциал слова, homo sentiens в состоянии научиться экологичной риторике через отбор и комбинаторику соответствующих стилистических средств и приёмов. Это экологизирует ситуацию общения и самого говорящего. Экологическим абсолютом (идеалом) в данном отношении является, с нашей точки зрения, умение испытывать именно те эмоции, которые *хочет* испытывать человек. Важно иметь в виду, что эмоции человека запрограммированы его эволюцией. Но человек всегда может учиться их «овнешнению». В данной связи становится понятным высказывание Ф. де Вааля, что всё сводится в конечном счёте к сдерживанию эмоций [1]. Развитие у человека чувствующего способности выбирать нужные ему эмоции и нести за них экологическую ответственность перед собой и другими – одна из задач эмотивной лингвоэкологии.

В контексте рассуждений об экологизации общения homo sentiens необходимо упомянуть о трёх основных составляющих экологичного общения: искренности, доброжелательности, этичности. Искренность составляет начало любого экологичного общения. Его основу образует доброжелательность, поскольку в ней заложена бережность в отношении коммуникативного партнера. А истинная этичность – это уже уровень экспликации эмоций в соответствующих эмотивах. Истинная этичность исходит, прежде всего, из заботы о партнере по коммуникации, а не из собственного удобства, а также отвечает условиям искренности, доброжелательности и справедливости.

Ранее совместно с В.И. Шаховским нами были разработаны параметры экологичного общения [17]. В настоящее время мы считаем, что благорасположенность участников коммуникативного акта, уважение друг друга, этичность, готовность выслушать, а в некоторых случаях даже принять точку зрения собеседника, воздержание как от негативных эмоций, так и от негативно окрашенных слов в адрес партнёра по коммуникации, эмоциональная поддержка, уместное применение стилистических средств, согласно определенной ситуации, являются способами экологизации общения.

Для экологизации общения, как уже было сказано выше, эмотивная лингвоэкология адаптирует метод эмотивного анализа, разработанный лингвистикой эмоций. Метод эмотивного анализа позволяет определять оценочный знак эмоции (а эмоция выступает индексом / модусом экологичности) и способствует целям экологического мониторинга и экологизации общения homo sentiens. Применение метода эмотивного анализа в целях эмотивной лингвоэкологии выявило, что отрицательно-оценочных эмотивов и эмотив-

ных / эмоциогенных текстов в современном коммуникативном пространстве, во многом формируемом СМИ, значительно больше, чем положительно-оценочных, что способствует дефициту экологичности.

Уточним, что эмотивная лингвоэкология, по нашему мнению, призвана развивать и по-своему преломлять некоторые (уже ставшие традиционными или, напротив, только контурно обозначенные) проблемы эмотиологии (см.: [6]). В первую очередь имеются в виду эмоции человека в коммуникации. Коммуникация может обладать в зависимости от этих эмоций модусом экологичности либо неэкологичности. А поскольку человека никогда нельзя отделить от его эмоций, т. к. они сопровождают его повсюду всю жизнь, то оценивать с точки зрения экологичности / неэкологичности нужно не только коммуникацию, а эмоции человека и, шире, самого человека. И здесь, на наш взгляд, уместно говорить об экологии эмоций и экологизации человека, который всегда и loquens, и sentiens одновременно.

Традиционное понимание человека в коммуникации отвечает антропоцентрическому подходу. Однако сегодня набирает силу иной подход – не антропо-, а экоцентрический. Содержание обоих подходов раскрывается в следующей цитате: «Суть антропоцентрического сознания состоит в том, что высшую ценность представляет человек, всё остальное в природе ценно лишь постольку, поскольку оно может быть полезно человеку, а может и вредно; природа объявляется собственностью человека, причём, как само собой разумеющееся, считается, что он имеет на это право. При экоцентрическом подходе высшую ценность представляет гармоничное развитие человека и природы. Природное признаётся изначально самоценным, имеющим право на существование, вне зависимости от полезности или бесполезности для человека. Человек – не собственник природы, а один из членов природного сообщества» (цит. по: [14, с. 13]). Вспомним в этой связи слова Г. Селье: «Мы сами – часть природы и потому должны принять её правила. Этот кодекс совместим с любой религией, политической системой или философией и в то же время независим от них. Мы все дети природы и не ошибемся, если будем следовать её общим законам в сочетании со своими личными идеалами и убеждениями» [13].

В поисках ответа на вопрос, как можно сделать эмоции человека более экологичными, т. е. экологизировать самого homo sentiens, нам помог один из результатов многолетней научной деятельности нидерландского нейробиолога Дика Свааба. Учёный утверждает, что психическая сущность человека полностью определяется физическими и химическими процессами головного мозга. То есть, заключает учёный, справедливо полагать, что мозг – это и есть человек [5; 12]. В контексте рассуждений об экологии человеческих эмоций мы понимаем эту мысль так: человек не должен избавляться от эмоций с отрицательным оценочным знаком, т. к. уже доказано, что для здоровья человека необходимы вся палитра эмоций [10] и баланс между отрицательным и положительным стрессом [13]. Но, как замечает эколог и этолог Ф. де Вааль, у всего есть две стороны, и только общество определяет, что будет доминировать [1]. При этом важным нам представляется вывод Д. Свааба о том, что хотя мозговые законы существуют миллиарды лет и заложены в наших генах, мы никогда не сможем отделить врожденные факторы от, например, языковой среды [5; 11]. Поэтому необходимо развивать экологическую эмотивную компетенцию и внутреннего экологического цензора каждого homo sentiens, а также формировать здоровую в эмоциональном плане экологическую языковую среду.

Дик Свааб напоминает, что три фактора окружающей среды – безопасность, благоприятность и стимулирование – хорошо влияют на развитие человека. По его определению, счастье – это гармония между ощущениями и обстоятельствами, в которых мы живём. Но существуют разрушительные эмоции, мешающие нам быть счастливыми (например, зависть, гнев). С самими чувствами ничего не поделаешь, ведь это физиология. Но чтобы быть счастливыми, мы все должны жить в соответствии с уровнем развития нашего мозга и интересами, и тогда не будет, например, разрушительного чувства зависти [11].

Если исходить из того, что красота – в глазах смотрящего, homo sentiens необходимо обучать своего внутреннего экологического цензора самовоспитанию красоты и развивать в себе умение смотреть на мир сквозь эту призму, чтобы осознавать значение слов «Всё, что вы видите во мне – это не моё, это ваше. Моё – это то, что я вижу в вас». Полагаем, что подобный подход учит каждого человека нести коммуникативную ответственность перед собой и другими homo sentiens за это эмоциональное «своё» перед ними. Именно внутренний экологический цензор нужен каждому общающемуся, чтобы следить за тем, чтобы душа человека не была хуже языка, на котором он говорит.

В несколько упрощённом виде философия экологичного эмоционального общения, по нашему мнению, может быть сведена к двум основным принципам: а) регулировать нужно, прежде всего, свой собственный эмоциональный импульс: *Грехи других судить / Вы так усердно рветесь, / Начните со своих / И до чужих не доберетесь (У. Шекспир);* б) заботиться о партнёре по коммуникации: *Когда ты хочешь показать твоему собеседнику в разговоре какую-нибудь истину, то самое главное при этом не раздражаться и не сказать ни одного недоброго или обидного слова (Эпиктет).*

Мнение учёных о глобальной неэкологичности современного коммуникативного пространства стимулировало нас заняться поиском текстов, транслирующих экологичные эмоции, т. е. свидетельствующих об обратной тенденции. Мониторинг текстов разных жанров и стилей сквозь призму эмотивного анализа указал на существование экологичных текстов. Проиллюстрировать сказанное нам позволил необычный способ одной из российских компаний общаться со своими клиентами. Вместо назойливой рекламы в упаковку продукции с 2007 г. генеральный директор компании регулярно помещает письма, в которых эмоционально рассуждает на одну из волнующих его тем. Для обратной связи указан адрес личной электронной почты руководителя. Из серии интервью с руководителем компании мы узнали, что он регулярно лично разбирает письма клиентов, отвечает на них, а также рассылает наиболее интересную корреспонденцию сотрудникам своей фирмы, чтобы поддерживать «живую связь» и знать об эмоциях как клиентов, так и персонала компании. С удовлетворением подтверждаем правдивость обещания непосредственного общения с клиентами: мы получили персональный ответ на своё обращение. Нами было проанализировано 38 текстов «Писем из упаковки» Евгения Дёмина, генерального директора “SPLAT” (компании, о которой идёт речь), выложенных на официальном сайте [2]. С целью проиллюстрировать тезис, что не все тексты, функционирующие в современном коммуникативном пространстве России, неэкологичны, мы составили список ключевых слов-тем из «Писем из упаковки», обозначающих не отрицательно-, а положительно-оценочные понятия: *бережность, доверие, «подход малых дел», счастье мужчины и женщины, как сделать жизнь простой и интересной, голос сердца, совесть, бережное и духовное отношение, ценность времени, воспитание терпения, воспитание детей, дети – наше будущее, все мы родом из детства, ценность и цена, нужность вещей, надежда, Родина, освобождение от страха, бесстрашие быть собой, уважение к здоровью, воля, культура отказа, человеческое в человеке, любимые люди, рождение детей, эстафета добрых дел, набор ценностей и внутренний компас, жизненные уроки, которые нас делают лучше, предусмотрительность и смелость, твёрдость мужского слова, уверенность, определённость, надёжность, слово = репутация, умение держать удар, твёрдость воли, прочность духа, умение радоваться простым вещам, приоритеты, брать и делать, беречь время, называть вещи своими именами, экология будущего, благодарность родителям за их чистоту, порядочность и самоотдачу, быть умным – значит быть интересным для других умных*.

Очевидно, что эмоциональные национальные коннотации и ассоциации, вызываемые поднимаемыми темами, маркированы позитивностью и, следовательно, экологичностью. Даже в качестве грамотного маркетингового хода такой способ воздействия на потенциальных клиентов не может не вызывать интереса в силу своей оригинальности. Эмотивный анализ также указывает на такие положительные эмоциональные смыслы, которые транслируются текстами «Писем из упаковки», *как уважение, симпатия, любовь, честность, смелость, благодарность, гордость, радость.* Доминанта целого кластера положительных эмоций очевидна в тексте «миссии» компании “SPLAT”. Это, как представляется, *любовь*.

Когда вкладываешь всю душу в то, что создаешь, получаешь поистине бесценный результат. Когда веришь, что нет ничего невозможного и самые смелые желания обретают форму, понимаешь, твой путь пройден не зря.

Мы искренне верим – каждый способен изменить мир к лучшему. Создавая продукты под маркой SPLAT, мы знаем, что всё тепло, вложенное в них, сделает ваш день ярче, счастливее и добрее. Помогать людям быть здоровыми, красивыми и успешными – наша миссия.

Евгений Демин, генеральный директор “SPLAT” [2].

В этом небольшом по объёму тексте названы такие эмоции, которые транслирует и хочет вызвать у своих клиентов компания “SPLAT”, как *вера, смелость, искренность, тепло, счастье, добро, успех* (в тексте они подчёркнуты). Эти эмоции эксплицируются в тексте, прямо номинируются. Группа эмоций, которую ис-

пытывают в своей работе специалисты компании: *вера, искренность, тепло*. Группа эмоций, которую компания хочет вызвать у своих клиентов: *счастье, добро, успех*. Согласно развиваемой нами концепции эмотивной лингвоэкологии, данный текст является и положительно эмотивным, и положительно эмоциогенным. Группа эмоций, которые не названы прямо, но описаны и имплицитно выражены в тексте: *уважение, бережность, радость, восторг, интерес, удовольствие, гармония, удовлетворение.*

И формируемый образ компании, и воплощаемый образ руководителя компании, и эмоциональный стиль общения с клиентами отвечают параметрам экологичности общения. Избранная риторика способствует экологизации эмоционального пространства, а исходящие от личности руководителя компании импульсы являются экологичными. Существование описанного экологичного стиля общения является оптимистичным сигналом о тенденции к выравниванию экологического баланса в сфере эмоциональной коммуникации и о возможности экологизации современных homo sentiens.

Список литературы

1. Вааль де Ф. URL: https: // esquire.ru // fransiscus-de-waal (дата обращения: 05.01.2016).
2. Демин Е. Письма из упаковки URL: http:// www.splat.ru/letters/ (дата обращения: 05.01.2016).
3. Изард К. Эмоции человека. М.: Директ-Медиа, 2008.
4. Ионова С.В. Неэкологичное общение в «приличной» упаковке // Человек в коммуникации: от категоризации эмоций к эмотивной лингвистике: сб. науч. тр., посвящ. 75-летию проф. В.И. Шаховского. Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2013. С. 323–332.
5. Колмановский И. Дик Свааб // Еженедельник Ъ-Weekend. 2013. 25 окт. URL: http:// www/kommersant.ru/doc/2322161 (дата обращения: 05.01.2016).
6. Колосова (Солодовникова) Н.Г. Содержание научного направления «Эмотивная лингвоэкология»: проблемы и перспективы // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: кол. моногр. / науч. ред. проф. В.И. Шаховский. Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. С. 43–52.
7. Колосова (Солодовникова) Н.Г. Авторский курс проф. В.И. Шаховского «Язык и эмоции»: формирование эмотивной компетенции коммуникативной личности // Человек в коммуникации: от категоризации эмоций к эмотивной лингвистике: сб. науч. тр., посвящ. 75-летию проф. В.И. Шаховского. Волгоград: Волгогр. науч. изд-во, 2013. С. 13–20.
8. Колосова (Солодовникова) Н.Г. Экологическая функция эмоций // Грани познания: электрон. науч.-образоват. журн. ВГСПУ. 2015. № 1(35). С. 22–28. URL: http://www.grani.vspu.ru.
9. Национальная промышленно-экологическая палата. URL: http:// promecopalata.ru (дата обращения: 05.01.2016).
10. Подольская О. Надо ли быть позитивным человеком. URL: http:// lady.mail.ru/article/485776-nado-li-byt-pozitivnym-chelovekom/ (дата обращения: 05.01.2016).
11. Свааб Д. Мы – это наш мозг. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2013.
12. Свааб Д. Мозг диктует вам ваши решения. Белая студия. Россия К. URL: http:// www.youtube.com/watch?v=xsM2C4aLen8&list=PLwkiTN_gSFu0AfCOfMl5Tk-2xGzMiwl8i (дата обращения: 14.12.2013).
13. Селье Г.Стресс без дистресса. URL: http:// ModernLib.ru›books/sele_gans/stress_bez_distressa… (дата обращения: 05.01.2016).
14. Черезова Л.Б. Теория и методика экологического образования детей. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2010.
15. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
16. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008.
17. Шаховский В.И., Колосова (Солодовникова) Н.Г. Лингвоэкология: объект, предмет и задачи // Русский язык, литература, культура в школе и вузе. 2010. № 1 (31). С. 22–29.
18. Экология человека. URL: http:// ekochel.ch (дата обращения: 05.01.2016).

* * *

1. Vaal' de F. URL: https: // esquire.ru // fransiscus-de-waal (data obrashhenija: 05.01.2016).
2. Demin E. Pis'ma iz upakovki URL: http://www.splat.ru/letters/ (data obrashhenija: 05.01.2016).
3. Izard K. Jemocii cheloveka. M.: Direkt-Media, 2008.
4. Ionova S.V. Nejekologichnoe obshhenie v «prilichnoj» upakovke // Chelovek v kommunikacii: ot kategorizacii jemocij k jemotivnoj lingvistike: sb. nauch. tr., posvjashh. 75-letiju prof. V.I. Shahovskogo. Volgograd: Volgogr. nauch. izd-vo, 2013. S. 323–332.
5. Kolmanovskij I. Dik Svaab // Ezhenedel'nik ##-Weekend. 2013. 25 okt. URL: http://www/ kommersant.ru/doc/2322161 (data obrashhenija: 05.01.2016).
6. Kolosova (Solodovnikova) N.G. Soderzhanie nauchnogo napravlenija «Jemotivnaja lingvojekologija»: problemy i perspektivy // Jemotivnaja lingvojekologija v sovremennom kommunikativnom prostranstve: kol. monogr. / nauch. red. prof. V.I. Shahovskij. Volgograd: Izd-vo VGSPU «Peremena», 2013. S. 43–52.
7. Kolosova (Solodovnikova) N.G. Avtorskij kurs prof. V.I. Shahovskogo «Jazyk i jemocii»: formirovanie

jemotivnoj kompetencii kommunikativnoj lichnosti // Chelovek v kommunikacii: ot kategorizacii jemocij k jemotivnoj lingvistike: sb. nauch. tr., posvjashh. 75-letiju prof. V.I. Shahovskogo. Volgograd: Volgogr. nauch. izd-vo, 2013. S. 13–20.

8. Kolosova (Solodovnikova) N.G. Jekologicheskaja funkcija jemocij // Grani poznanija: jelektron. nauch.-obrazovat. zhurn. VGSPU. 2015. № 1(35). S. 22–28. URL: http://www.grani.vspu.ru.

9. Nacional'naja promyshlenno-jekologicheskaja palata. URL: http:// promecopalata.ru (data obrashhenija: 05.01.2016).

10. Podol'skaja O. Nado li byt' pozitivnym chelovekom. URL: http:// lady.mail.ru/article/485776-nado-li-byt-pozitivnym-chelovekom/ (data obrashhenija: 05.01.2016).

11. Svaab D. My – jeto nash mozg. SPb.: Izd-vo Ivana Limbaha, 2013.

12. Svaab D. Mozg diktuet vam vashi reshenija. Belaja studija. Rossija K. URL: http:// www.youtube.com/watch?v=xsM2C4aLen8&list=PLwkiTN_gSFu0AfCOfMl5Tk-2xGzMiwl8i (data obrashhenija: 14.12.2013).

13. Sel'e G.Stress bez distressa. URL: http:// ModernLib.ru›books/sele_gans/stress_bez_distressa… (data obrashhenija: 05.01.2016).

14. Cherezova L.B. Teorija i metodika jekologicheskogo obrazovanija detej. Volgograd: Izd-vo VGPU «Peremena», 2010.

15. Shahovskij V.I. Kategorizacija jemocij v leksiko-semanticheskoj sisteme jazyka. Izd. 2-e, ispr. i dop. M.: Izd-vo LKI, 2008.

16. Shahovskij V.I. Lingvisticheskaja teorija jemocij. M.: Gnozis, 2008.

17. Shahovskij V.I., Kolosova (Solodovnikova) N.G. Lingvojekologija: ob#ekt, predmet i zadachi // Russkij jazyk, literatura, kul'tura v shkole i vuze. 2010. № 1 (31). S. 22–29.

18. Jekologija cheloveka. URL: http:// ekochel.ch (data obrashhenija: 05.01.2016).

Ecology of the communicative style "homo sentiens" (based on the advertising texts by SPLAT)

There is regarded the issue of the emotions ecology and the question of the possibility of ecologization of the communicative style "homo sentiens" through the formation of the ecological emotive competence and development of the inner ecological censor.

Key words: *emotions ecology, ecology of communication, ecologization, ecological emotive competence, inner ecological censor.*

(Статья поступила в редакцию 04.02.2016)

А.А. ДЬЯКОВА
(Волгоград)

УСЛОЖНЕНИЕ ТЕКСТА: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Определяется понятие «усложнение текста», рассматриваются преобразования формы и содержания текста при его вторичной репрезентации в меняющихся условиях коммуникации, выявляются признаки, свидетельствующие об усложнении поверхностной и содержательной структур текста.

Ключевые слова: *усложнение текста, поверхностная структура текста, содержательная структура текста, вторичная репрезентация, вторичная категоризация, вторичная концептуализация.*

В настоящее время в науке о языке уже не оспаривается тот факт, что с момента своего создания текст как феномен, дискурсивно обусловленный, не остается неизменным, застывшим в своем изначальном виде. Бытование текста в речевой практике носителей языка приводит к появлению все новых и новых его вариантов. В результате воспроизведения исходного текста в постоянно меняющихся условиях общения возникает множество вторичных текстов, характеризующихся по отношению к нему производностью и приблизительностью [5–7; 14 и др.]. Преобразования затрагивают не только форму, но и содержание исходного текста. Их исследование является значимым для понимания процесса вторичной текстовой деятельности и оценки ее результатов. Одним из таких результатов может стать усложнение исходного текста, которое, однако, не всегда осознается носителями языка благодаря функциональным характеристикам вторичного текста: удобству использования в данной коммуникативной ситуации, привычному стилю изложения и т.д.

Понятие «усложнение текста» активно применяется в научном (особенно научно-учебном) дискурсе, не подвергаясь, однако, специальному толкованию. Оно не представлено в лингвистических словарях и справочниках, а в научной литературе используется как заведомо понятное адресату, который, как и любой носитель языка, должен осознавать, что́ такое усложнение применительно к

© Дьякова А.А., 2016