

СПЕЦИФІКА ЕМОЦІЙНОГО ВІДКЛИКУ НА ПОЛІКОВОДОВЕ ПОВІДОМЛЕННЯ

SPECIFICS OF EMOTIONAL RESPONSE TO A POLYCODE TEXT MESSAGE

Ківенко І.О.,

*orcid.org/0000-0003-2044-5456**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри філології**Одеського національного морського університету*

Жилін М.В.,

*orcid.org/0000-0003-2898-4403**студент II курсу магістратури**Навчально-наукового гуманітарного інституту**Одеського національного морського університету*

Автори досліджують особливості та специфіку умов формування відклику читача на полікодове текстове повідомлення. Розглядаються особливості становлення та розвитку емоційної сфери особистості, можливі джерела, що виступають надійним підґрунтям для формування почуттів та емоційного відклику на події, які автор втілює у конкретному тексті. У статті диференційовано поняття: «емоція», «емоційність» та «емотивність» й виокремлено провідну специфіку, що є важливою для кожного із аналізованих понять і, відповідно, робить їх схожими між собою, але не тотожними (синонімічними). Обґрунтовано важливість забезпечення підкріплення текстового повідомлення не лише влучними мовними конструктами, але й врахуванням відповідної наочності (зображень, фото, ілюстрацій), що сприяло б цілісному функціонуванню різних каналів сприйняття та створення емоційного відклику із долученням індивідуального досвіду особистості. Визначено провідні маркери, що зумовлюють можливість сприйняття інформації та її контексту, дозволяючи поринути у зображувані автором тексту події та всебічно сприйняти запропонований матеріал. Окрема увага приділена висвітленню загальної моделі реалізації емоційного взаємозв'язку в структурі «автор – читач» та окреслено вектори композиційних особливостей полікодового повідомлення, з урахуванням використання провідних способів, що надають текстові емоційного забарвлення. Акцентовано увагу на важливості формування читацьких умінь та долучення власного світогляду, життєвого досвіду з метою більш змістовного розуміння ідеї автора та відкривати нові «горизонти» творчості. Охарактеризовано особливості чотирьох засобів забарвлення речень й наведено приклади практичного використання їх в текстах. Результати проведеного дослідження специфіки емоційного відклику на полікодове повідомлення розширюють уявлення щодо особливостей механізмів формування емоційного компоненту, що ґрунтується в цілісності конструкту «автор – читач» та дозволяє проникнути у суть ідеї автора та опанувати певний символізм подій, що створює композиційну єдність.

Ключові слова: емотивність, емоція, емоційність, емоційний відклик, ілюстрація, полікодове повідомлення, сприйняття.

The authors research the peculiarities and specifics of the conditions of formation of the reader's response to the visual component of a polycode text message. The peculiarities of formation and development of the emotional sphere of an individual are considered as well as possible sources that serve a reliable basis for the formation of feelings and emotional response to the events embodied in a particular work by the author. The article contains analysis and offers differentiation between such notions as "emotion", "emotionality" and "emotiveness" and highlights the leading specificity that is important for each of the analyzed concepts and, accordingly, makes them similar to each other, but not identical (synonymous). The importance of ensuring the reinforcement of the text message not only with apt language constructs, but also taking into account the appropriate visibility (images, photos, illustrations), which would contribute to the integral functioning of various channels of perception and the creation of an emotional response with the addition of individual experience of the individual, is substantiated. It also identifies the leading markers that determine the possibility of perceiving information and its context that allows a reader to plunge into the events described by the author of the text and understand the proposed material comprehensively. The common pattern of realization of the emotional into relationship in the «author – reader» structure is highlighted and the vectors of the compositional features of the polycode message are outlined, taking into account the use of leading methods that contribute to the emotional coloring of the text. Attention is focused on the importance of reading skills formation and the involvement of one's own worldview, life experience in order to understand better the author's idea and to discover new «horizons» of creativity. Features of four means of coloring sentences are characterized and examples of their practical use in texts are given. The results of the conducted study of the specifics of the emotional response to a polycode message expand understanding of certain peculiarities of the mechanisms of the emotional component formation, which is based on the integrity of the «author – reader» construct and allows one to get into the essence of the author's idea and master a certain symbolism of events which creates compositional unity.

Key words: emotionality, emotion, emotiveness, emotional response, illustration, polycode message, perception.

Постановка проблеми. Сучасний світ формує нові вимоги та ціннісні орієнтири для кожної особистості. Впровадження інновацій у різних

галузях діяльності наразі призводить до необхідності внесення корективів у різноманітні сфери взаємодії. Зміни є дотичними і до літератури,

оскільки читацькі інтереси та навички наразі трансформуються й певною мірою підпорядковуються тенденціям у світовому мистецтві та культурі. Наприклад, якщо у ХХ сторіччі візуальний компонент твору (ілюстрація) містив у собі бачення конкретного художника, а текст спирався на світогляд самого автора, наразі у письменників та ілюстраторів є можливість, спостерігаючи у соціальних ситуаціях за інтересами спільноти, вибудовувати інформаційне поле, що буде цікавим цілим масам читачів та створюватиме своєрідний загальний відклик. Певною мірою структура тексту та візуальний супровід матеріалу має відповідати вимогам більшості читачів, щоб зробити твір «прийнятним для споживання» й, відповідно, створити певні читацькі настрої та ідеї, популяризуючи певні події. **Актуальність** досліджуваного питання детермінована важливістю формування правильного уявлення щодо контексту полікодового повідомлення та емоційного сприйняття його читачем. Відсутність усталеного зв'язку «текстове повідомлення – ілюстрація» може призводити до викривлення сприйняття емоційної складової, що була сформована автором, та породжувати хибні висновки у читачів, тим самим, призводячи до знецінення творчого напрацювання, зниження читацького інтересу, надання пріоритету кіноадаптаціям творів, на противагу читанню оригіналу й формування власного сприйняття та розуміння образів героїв.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Розуміння раціональної побудови моделі «автор – читач» з метою трансформації особистого досвіду та переживань, з однієї сторони, й емоційний відклик на полікодове повідомлення, з іншого погляду – є наразі широко досліджуваними питаннями. Окресленій проблематі присвячені роботи таких українських вчених, як: Л. О. Калмикова, Г. В. Калмиков, І. М. Лапшина, Н. В. Харченко, В. О. Шидловська [8; 9; 10]. Науковий інтерес також представляють поняття «емоція», «емоційність», «емотивність», які належать до однієї сфери, але мають різну специфіку трактування.

Постановка мети. Представлена робота спрямована на визначення специфіки формування емоційного відклику читача на полікодове повідомлення, як чинник зростання особистісного інтересу до читання.

Для досягнення поставленої мети розв'язано такі **завдання**:

- диференційовано поняття: «емоція», «емоційність», «емотивність»;
- досліджено особливості побудови полікодового повідомлення;

- визначено специфіку реалізації моделі «автор – читач» та її роль у сприйнятті полікодового тексту;

- розглянуто особливості та засоби формування емоційних читацьких реакцій на зміст полікодового повідомлення.

Об'єктом дослідження обрано механізм формування й специфіку емоційного відклику читача на полікодове текстове повідомлення.

Предметом дослідження слугує власне полікодове текстове повідомлення.

Дослідження проблематики реалізовано на **матеріалі** книги видатного американського психолога Пола Екмана «Emotions Revealed».

Науковими методами, що використані у статті є:

- метод мультимодального дискурсу аналізу;
- метод контекстного аналізу;
- метод інтерпретації.

Виклад основного матеріалу. Формування емоційного відклику особистості на оточуючі події є складним процесом, що враховує взаємодію таких елементів, як: відчуття, сприйняття, почуття, життєвий досвід, ціннісні орієнтири. На відміну від елементарних емоцій, моральні почуття, які властиві людині – є результатом впливу соціальних умов, виховання, національної та культурної ідентичності особистості [1, с. 132].

До складу вищих моральних почуттів належать: духовно-моральні цінності, ціннісні орієнтації, наявність етики та моралі тощо [1, с. 134].

У процесі формування та розвитку кожного з вищевказаних компонентів важливим чинником є реалізація наступних складових показників:

- інтелектуально-чуттєвий показник: виховання у людини динамічного мислення, сприйняття, здатності до прояву емоцій, емпатії, уподобань та інших якостей;

- потребно-мотиваційний показник: навчання усвідомленню своїх бажань і потреб, що сприяє створенню передумов усвідомлення емоцій;

- діяльнісно-вольовий показник: бажання самореалізації, перспективного розвитку, у творчій, інтелектуальній, професійній сфері, що сприяє якісній подальшій соціалізації та розвитку емоційної сфери [1, с. 136].

Таким чином, у тріаді взаємодії компонентів відбувається формування цілісної суб'єктивної моделі сприйняття оточуючої дійсності: людина цікавиться певними подіями; не є байдужою до ситуацій соціальної взаємодії; формує певний відклик на взаємини, що становлять пріоритет тощо.

Розуміння специфіки емоційного відклику, на нашу думку, не є можливим без розуміння

визначення таких понять, як: «емоції», «емоційність», «емотивність».

Беззаперечно, кожна подія нашого життя викликає певні емоції, які втілюються у міміці, рухах, формуванні певного емоційного відклику – відповіді на конкретні ситуації, з якими ми погоджуємось, або навпаки – реагуємо негативно. В контексті соціалізації особистості можливість отримання досвіду емоційного відклику, на нашу думку, є дуже важливою, адже дозволяє уникати стереотипізації мислення й сприяє формуванню емоційного інтелекту людини. Долученість до практики набуття емоційного відклику ми реалізуємо щодня у різних видах діяльності, зокрема – ознайомлюючись із полікодовим текстовим повідомленням. В сучасній лінгвістиці диференціюють поняття: «емоція», «емоційність» та «емотивність». Аналізуючи визначення окреслених понять у науковому дискурсі виокремлюємо їхні певні особливості.

Емоції, за визначенням М. Й. Варій, розуміються як «особливий вид психологічних станів людини, що виражається тією чи іншою мірою» [1, с. 120]. Науковиця зазначає, що «емоції виникають як певна реакція на події та явища довкілля, які задовольняють або не задовольняють потреби людини» [там само].

Відповідно до класифікації, виділяють:

– прості емоції (нижчі, що пов'язані із фізіологічними потребами – гнів від почуття голоду або спраги) та складні емоції (пов'язані із духовними потребами – моральний обов'язок, любов);

– позитивні (радість, захват, упевненість) та негативні (гнів, нудьга, заздрість) емоції;

– стеничні (зумовлюють динаміку вчинків: тріумф, впевненість) та астенічні (зумовлюють бездіяльність: страх, неспокій) емоції [1, с. 128].

– Зазначимо, що незалежно від належності конкретної емоції до категорії у ієрархії, кожна із них є надзвичайно важливою та виконує у житті людини цілу низку функцій:

– оцінюючу: позитивні і негативні емоції втілюють ставлення та оцінку людини до певних подій, обставин, об'єктів (невдоволення, сором, тощо);

– регулятивну: сприйняття оточуючої дійсності більш ясно і точно;

– спонукаючу: можуть спонукати людину до дії, а можуть перешкоджати активності, забезпечуючи збереження ресурсу особистості [1, с. 132].

Отже, емоції надають певного забарвлення (позитивного, негативного, нейтрального) кожному моменту оточуючої дійсності, що допомагає реалізувати певне ставлення людини до подій (які відбуваються безпосередньо за її участі або опо-

середковано). Але просто відчувати емоції – це лише перша складова, адже дуже важливо транслювати власне ставлення до ситуацій та дій, що реалізується у поведінковому та фізіологічному компоненті та називається «емоційністю».

Емоційність може розглядатися у широкому та вузькому розумінні.

У вузькому контексті *емоційність* інтерпретується як «певна міра емоційної реакції людини на конкретний подразник» [1, с. 142]. Також, влучним є визначення *емоційності* В. О. Шидловською, яка вважає, що це «відображене та закріплене у семантиці слова почуття того, хто говорить, його відношення до об'єкту мовлення» [11, с. 293]. Науковиця зазначає, що *емоційність* є «певною вразливістю індивіда до важливих подій і ситуацій та його емоційний відклик на них» [11, с. 294].

У. В. Кемінь під *емоційністю* розуміє «психологічну характеристику особистості, стан рівня розвитку її емоційної сфери» [3, с. 13].

У широкій інтерпретації поняття *емоційність* визначається як «сукупність сфер вираження почуттів та емоцій суб'єкта, що транслюється як посилення чи інтенсивність» [8, с. 75].

З огляду на визначення, зазначимо, що кожне із проаналізованих понять, певною мірою, визначає специфіку емоційності особистості: відповідно до конкретної ситуації, умов та обставин, які зумовлюють перебіг подій та побудову емоційного відклику.

Водночас, У. В. Кемінь у своєму дослідженні зазначає, що на ряду з емоційністю існує поняття «емотивність», які раніше не розрізняли через розмитість визначень цих понять, що призводило до викривлення сприйняття семантичного навантаження кожного терміну та формування хибної синонімічності [3, с. 14].

Наразі, поняття *емотивність* є більш дослідженим та має певну дефініцію. За У. В. Кемінь, «емотивність – лінгвістична характеристика слова, речення, яка здатна здійснити емоціогенний ефект, викликати у мовної особистості відповідні емоції» [3, с. 14].

В. О. Шидловська у своїй праці «Поняття емоції, емоційності та емотивності» розглядає категорію емотивності як ту, що втілюється «через призму емотивної лексики, яка складається з емоційно забарвлених слів і прямо виражає емоції, а також лексику емоцій, яка представлена словами, значення яких утворюють терміни про емоції» [11, с. 294]. Наприклад, *тендітні крапельки дощу, рюмсати та схлипувати*.

Л. О. Калмикова, Г. В. Калмиков, Ю. Ю. Шамаєва розглядають емотивну функцію

текстового повідомлення як «здатність за допомогою висловлювань виражати психічний стан носія мови, його почуття та емоції, особисте ставлення до теми, суб'єкта, співрозмовника та ситуації самої бесіди» [8, с. 101].

За результатами аналізу визначень «емоцій», «емоційності» та «емотивності» ми дійшли висновку, що усі вони є тісно пов'язаними між собою (завдяки формуванню певного прояву внутрішнього імперативу особистості через призму подій), проте не є тотожними. Наприклад, «емоційність» – властивість, що має у механізмі реалізації певну спонтанність (раптовий відклик на подію), тоді як «емотивність» є більш складною за своєю структурою, оскільки має на меті пошук відповідних слів, емоційних забарвлень, що спонукали б перебіг розмови у бажаному для усіх учасників векторі.

Емоційний відклик на будь-який текст є важливим для дослідження. В нашій статті йдеться про реакцію читача на полікодове повідомлення.

На нашу думку, важливо підкріплювати текстове повідомлення не лише мовними конструктами, але й візуалізувати певні події (що є найбільш цінними, актуальними) наочно, з метою долучення різних каналів сприйняття інформації та звернення до особистісного досвіду людини. Така можливість донесення інформації до адресата реалізується у структурі полікодового текстового повідомлення.

За визначенням І. М. Колегаєвої, полікодове повідомлення «являє собою послідовність вербальних і невербальних знаків (картинок), об'єднаних загальним змістом чи сюжетною лінією» [4, с. 85].

З точки зору Н. І. Лютянської, полікодовий текст уособлює структуру «у якій повідомлення закодовано семіотично різними засобами, вербальними та невербальними компонентами, які об'єднуються в певну структуру з характерною взаємозалежністю складників, як у змістовому, так і формальному аспектах» [5, с. 90].

На думку А. В. Гривко, «полікодовість» – це здатність «використовувати кілька мов або кодів у спілкуванні, що може викликати різні емоційні реакції» [2, с. 89]. Дослідниця наголошує, що у якісному сприйнятті інформації вагому роль відіграє не просто подання тексту, а «побудова полікодового текстового повідомлення, що у своїй структурі несе знакове та візуальне навантаження» [2, с. 90]. Для людей полікодовість є джерелом гордості та ідентичності, оскільки вони можуть вільно переходити між мовами та культурними контекстами. Це також сприяє почуттю зв'язку з різними спільнотами та розширювати можливості для спілкування [2, с. 91].

Отже, полікодовими текстами є такі, що функціонують комплексно та цілісно завдяки поєднанню тріади таких компонентів: аудіального (звуки, музика, пісні, імітації), візуального (відеоряд, фото, ілюстрації, субтитри) та вербального (власне текст). Прикладом феномену полікодовості слугує об'єднання поширених форматів (карикатури, відео, реклами), які несуть не лише текстову, але й візуальну складову.

Водночас полікодовість є потенційним джерелом виникнення певних перепон у формуванні емоційного відклику на описувані події, якщо, наприклад, використовуються невідповідні варіанти побудови зв'язку в моделі «автор – читач». Письменник формує текст пропускаючи події через власну свідомість та досвід, обираючи художні засоби та прийоми, що є зрозумілими йому, одночасно – ілюстратор візуалізує матеріал, спираючись на власний творчий світогляд та емоційний відклик від тексту. А читач – ніби опиняється «між двома світами», які не завжди є зрозумілими для нього та ускладнюють сприйняття.

Г. І. Приходько визначає таку специфіку побудови рівневої моделі комунікації у полі «автор – полікодове повідомлення – читач»:

- наявність структури твору (фонетична завершеність, усталений графічний образ твору);
- обов'язковість когнітивної складової (плин подій, наявність діючих осіб, формування різноманітних ситуацій, подій та обставин що сприяють формуванню логіки викладу подій, морального вибору);
- комунікативний аспект (включення монологів / діалогів, визначення реплік комунікантів, впровадження емоційних вигуків);
- творчий зміст (наявність ідеї, сенсу викладу подій, підпорядкованість певній логіці);
- можливість оцінки (конструктивна критика, емоційний відклик) [7, с. 45].

Науковиця зазначає, що можливість побудови даної моделі детермінована зокрема й дослідженнями Г. С. Костюка у сфері визначення специфіки розуміння як потенційної можливості виникнення та вивчення нових зв'язків, між пізнаваними елементами тексту [7, с. 52].

Н. В. Сапригіна, взявши за основу ідеї Г. С. Костюка, виокремила певну ієрархію зв'язків в моделі: «автор – текст – читач». Дослідниця акцентує увагу на тому, що певні рівні комунікації притаманні усім структурним компонентам:

- автор реалізує діяльність завдяки певним комунікативним намірам та ідеям, що уособлюються у текстовому конструкті;

– текст, у процесі створення набуває власного інформаційного поля;

– читач має власний досвід та очікування, що певною мірою «накладаються» на комунікативні наміри автора та створюють новий вектор сприйняття [9, с. 402].

Таким чином, один і той самий текст буде сприйматися окремо та незалежно усіма людьми, що долучені до створення або ознайомлюються із його змістом: автор висвітлює інформацію через власний світогляд та емоційні переживання, водночас – адресат має можливість «добудовувати» інформацію в залежності від досвіду, настрою та достатності / нестачі інформації.

У формуванні емоційного відклику на полікодове повідомлення доцільно брати до уваги особливості та засоби формування емоційних читачьких реакцій на зміст, серед яких В. О. Моляко виокремлює такі:

– фундаментальною базою правильного сприйняття та коректної оцінки того чи іншого полікодового тексту, є формування якісних уявлень про слово та можливість інтерпретації того чи іншого образу. Усе це слугує кращому розумінню авторського ставлення до тексту;

– уміння встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, бачити логіку розвитку, розуміти емоційний зміст полікодового повідомлення [6, с. 71].

Дослідники І. М. Лапшина, Н. В. Харченко відзначають, що під час читання важливо образно уявляти собі все, про що йдеться у тексті. Адже при недостатній кількості різних вражень та емоційного сприйняття при прочитанні, контекст, що формується, є блідим і вкрай невиразним [8, с. 101]. На цій підставі, створюються різні рекомендації, що сприяють формуванню активної уяви та сприйняття читачем різних текстів.

Тексти, що формують емоційний відклик, є за змістом близькі до досвіду особистості, тоді під час аналізу чи дослідницької діяльності є можливість відобразити особисте ставлення до прочитаного.

У полікодових текстах мають бути персонажі з яскраво вираженими рисами характеру, мотиви вчинків дійових осіб мають бути зрозумілими. Підбирати сюжети слід із чіткою композицією, з добре вираженою послідовністю дій [7, с. 82].

Ю. Ю. Шамаєва окреслює чотири основних засоби, які допомагають забарвлювати текст: пунктуація, структура речення, наявність синонімів, емоційно забарвлені речення та слова [10, с. 189]. Розглядаючи детально кожен компонент, визначимо таку специфіку:

1. Пунктуація, тобто: коми, двокрапки, тире, знаки питання тощо. Найбільш вагомим серед

знаків пунктуації, на думку дослідниці, є тире. Поставивши його в потрібне місце – відразу змінюється емоційний відтінок того, про що говорить автор твору (устама свого персонажа). Це можуть бути паузи, уточнення, інше.

В наведених нижче прикладах знак «тире» формує певний акцент автора на важливих термінах, поняттях. Тире виступає певною межею: між важливим та надзвичайно важливим (словами, що несуть змістовне навантаження речення або цілого абзацу).

Наприклад: *Fear and surprise were not distinguished from each other – when people heard the fear story, they just as often picked a surprise as a fear expression, and the same was true when they heard the surprise story* [12, с. 27].

I suggested that this emotion has two distinctive sides – sadness and agony [12, с. 101].

Постановка запитань дозволяє сформуванню певну єдність досвіду «автор – читач»: П. Екман звертається до себе, водночас, під час ознайомлення із текстом, читач ставить ці запитання ніби до себе, тим самим немов долучаючись до проведення дослідження:

What are the autoappraisers sensitive to, and how did they become sensitive to those triggers? How do emotion triggers become established? The answers will tell us why we have an emotion when we do [12, с. 39].

2. Другий спосіб емоційного забарвлення тексту – структура речення, яка також передає ту чи іншу емоцію, тому, тут доречно використовувати наступні прийоми: змінювати довжину речень; пропускати або додавати другорядні члени речення; змінювати порядок слів у реченні; робити речення з одним словом.

Наприклад: *Your eyelids may become heavier. Your cheeks may start to rise. The back of your throat may begin to feel sore. Your eyes might have moistened with the beginning of tears. These are normal reactions during sadness, and they are also normal when looking at the face of someone who is feeling intense sadness* [12, с. 113].

В даному випадку, автор спочатку використовує більш прості конструкції: речення містять 5-6 слів. Такий прийом дозволяє сконцентрувати фокус уваги читача на подіях, які відбуваються та підлягають аналізу. Останнє речення є поширеним, адже містить у собі пояснення специфіки певного емоційного відреагування особистості на події.

3. Вживання негативно чи позитивно забарвлених синонімів впливає на відтінок сказаного, відповідно знижуючи або підвищуючи емоційне сприйняття слів. У порівнянні: слово «квартира»

є нейтральним, «оселя» звучить більш піднесено [5, с. 90]. Наприклад:

The videotapes of their performances show the same facial expressions as Bettye Shirley [12, с. 100].

When looking at Bettye's picture, or following the memory or facial muscle movement exercises, most people will experience sadness, not agony [12, с. 113].

Обидва речення описують переживання Бетті Ширлі, яка втратила сина, та належать до аналізу одного й того ж самого фотознімку.

Проте, перше речення ніби пояснює саму історію появи фото, що було вилучено з відеоряду трансляції та найбільш змістовно візуалізує переживання жінки. В цій ситуації, у читача можуть виникати спогади стосовно аналогічних ситуацій, що він спостерігав у новинах, життєвих ситуаціях.

Водночас, друге речення містить слово *picture* як зображення жінки, проте у свідомості читача, воно сприймається опосередковано – як певна ілюстрація, але не реальна жінка, що переживає дійсну трагедію у своєму житті.

4. Вигуки та допоміжні слова – це найбільш простий та зрозумілий варіант передачі емоції через текст, на думку Ю. Ю. Шамаєва [10, с. 190]. Наприклад: *Get real! I have no sympathy for you!* [12, с. 133]. Тут автор звертається до «Я» кожного читача окремо й, відповідно, у кожної людини буде власний емоційний відклик.

Отже, використання засобів емоційного забарвлення полікодового текстового повідомлення сприяє формуванню певного ефекту залученості читача до подій, які описуються, а емоційний відклик виступає певним виміром досвіду, моральних цінностей та зрілості особистості.

Висновки. Проведене дослідження показує, що механізми формування емоційного відклику

на полікодовий текст є надзвичайно важливою складовою в моделі «автор – читач», адже це сприяє кращому розумінню сенсу тексту та авторської ідеї. Більш того, увагу зосереджено на диференціації понять *емоція*, *емоційність*, *емотивність*, які переплітаються, але не є тотожними.

Під *емоціями* розуміється певний вид психологічних станів особистості, що є відреагуванням на ступінь задоволеності потреб та інтересів й проявляється у вигляді реакції, що містить позитивне або негативне забарвлення.

Емоційність розуміється як потенційна можливість мовного знака виразити факт емоційного переживання явища дійсності, що становить предметний (чи денотативний) зміст мовного знака.

Емотивність (нарівні з ознаками зв'язності та цілісності) є однією з характеристик тексту, адже текст – це послідовність мовних знаків, що «обслуговують» процес спілкування.

Полікодове повідомлення – це певна послідовність або поєднання вербальних (словесних) та невербальних (звукових, піктографічних) знаків, які поєднуються спільним змістом або споріднені сюжетною лінією. Сприйняття полікодового повідомлення є важливим, оскільки сприяє уникненню хибних концепцій сприйняття інформації та дозволяє сформувати цілісне уявлення про зміст подій, які описує автор із долученням особистого досвіду читача.

Вживання знаків пунктуації (звичай тире, знаку питання), довжина речень, наявність синонімів та вигуків – все у збалансованості та гармонійності сприяє влучному емоційному забарвленню полікодового повідомлення та залучає читача до описуваних подій, актуалізуючи його власний життєвий досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Варій М. Й. Загальна психологія : Навч. посібник для студ. психол. і педагог. спеціальностей. Львів : Край, 2007. 968 с.
2. Гривко А. В. Основні напрями вивчення особливостей полікодового тексту. *Проблеми сучасного підручника : зб. наук. праць*. Київ : Педагогічна думка, 2016. № 16. С. 81–91.
3. Кемінь У. В. Емоція, емоційність та емотивність: до проблеми розмежування термінопонять. *Буковинський державний медичний університет*, 2020. С. 12–16.
4. Колегаєва І. М. Стаття музейного каталогу: когнітивно-комунікативний феномен. *Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*, 2015. С. 84–89.
5. Лютянська Н. І. Полікодовість як ознака англомовних мас-медійних текстів. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Мовознавство*, 2019. С. 88–92.
6. Моляко В. О. Концепція творчого сприймання інформації. *Актуальні проблеми психології. Проблеми психології творчості: збірник наукових праць*, 2008. № 19. С. 68–77.
7. Приходько Г. І. Оцінка і комунікація : посіб. для студентів та аспірантів. Вінниця : Нова книга, 2013. 168 с.
8. Психологія мовлення і психолінгвістика : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. За ред. Калмикова Л. О., Калмиков Г. В., Лапшина І. М., Харченко Н. В. Київ : «Фенікс», 2008. 245 с.
9. Сапригіна Н. В. Сприйняття художнього тексту на рівні «автор-текст-читач». *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*, 2022. С. 400–408.

10. Шамаєва Ю. Ю. Методологічні засади дослідження вербалізованих концептів емоцій. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*, 2011. № 56. С. 187–191.

11. Шидловська В. О. Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації : матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців*. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 292–295.

12. Ekman P. *Emotions Revealed Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*. London : Owl Books, 2007. 290 p.