

УДОВОЛЬСТВИЕ ОТ ОБЩЕНИЯ, ИЛИ КОММУНИКАТИВНЫЙ ГЕДОНИЗМ: ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ АНАЛИЗА

Е. Г. Задворная

*Минский государственный лингвистический университет,
Минск, Беларусь, egz0201@gmail.com*

Работа посвящена феномену удовольствия от общения, коррелирующему с понятием коммуникативного гедонизма. Показано, что ключевыми параметрами анализа анализируемого феномена являются такие признаки, как устойчивый – ситуативный характер, обще- и частнооценочные значения, коммуникативная роль участника ситуации общения.

Ключевые слова: удовольствие от общения; коммуникативный гедонизм; межличностная коммуникация; говорящий; слушающий; устойчивый – ситуативный характер; оценка; коммуникативная роль.

COMMUNICATIVE PLEASURE, OR COMMUNICATIVE HEDONISM: BASIC PARAMETERS OF THE ANALYSIS

E. Zadvornaya

*Minsk State Linguistic University,
Minsk, Belarus, egz0201@gmail.com*

The paper is devoted to the phenomenon of communicative pleasure that correlates with the notion of communicative hedonism. The key parameters of the phenomenon (consistency – contextuality, general and particular evaluative meanings, communicative role of the participant of the communicative situation) are identified.

Keywords: communicative pleasure; communicative hedonism; interpersonal communication; speaker; listener; stable or situational character; evaluation; communicative role.

Одним из интересных и перспективных ракурсов исследования межличностной коммуникации является анализ эмоционального фона, на котором протекает речевое взаимодействие собеседников: если в иных дискурсивных практиках наблюдается определенная – порой весьма жесткая – фильтрация, накладывающая ограничения на актуализацию тех или иных эмоциональных состояний (см. подробнее [1]), то для межличностной коммуникации характерен максимально широкий спектр эмоций, реализующихся с любой степенью эксплицитности и интенсивности. Это обстоятельство обуславливает важность исследования специфики манифестации

в межличностном общении разнообразных эмоциональных феноменов во всем богатстве их семантических нюансов и прагматических модуляций.

Объектом анализа в настоящей работе является такой интересный и сложный коммуникативно-эмоциональный феномен, как удовольствие от общения, которое может также трактоваться как коммуникативный гедонизм. По определению, предложенному Н. А. Кубраковой, исследовавшей коммуникативный гедонизм на материале интернет-чатов, он представляет собой «эмоционально-стилевой формат общения, характеризующийся направленностью на получение удовольствия от общения и готовностью участников такого общения соответствующим образом моделировать свое коммуникативное поведение и интерпретировать коммуникативное поведение партнера в том же ключе» [2]. При этом коммуникативный гедонизм связывается автором в первую очередь с фатическими и игровыми (людическими) интенциями коммуникантов, что совершенно справедливо для избранной исследователем дискурсивной практики. В то же время анализ контекстов межличностной коммуникации, извлеченных методом сплошной выборки из Национального корпуса русского языка (ruscorpora.ru), показывает, что удовольствие, которое собеседники испытывают в ходе речевого взаимодействия, отличается впечатляющим диапазоном разновидностей, далеко не всегда предполагающих реализацию фатических и игровых аспектов коммуникации. Кроме того, удовольствие от общения, в том числе реализуемое в межличностном общении, может интерпретироваться не только как устойчивая эмоционально-стилевая установка, но и как кратковременный, локальный коммуникативный эффект. Эти обстоятельства обуславливают необходимость выделения основных параметров, которые позволяют систематизировать все многообразие соответствующих коммуникативных ситуаций. На наш взгляд, наиболее существенными из таких параметров являются следующие.

- Устойчивый – ситуативный характер.

Как отмечалось выше, удовольствие от общения может быть как стабильной коммуникативной установкой, выступающей в качестве одного из основных регуляторов коммуникативного поведения личности:

(1) *С ним невозможно было не то что заскучать, а даже подумать о том, чтобы заскучать. Он очень любил общаться и вообще не мог жить без людей. Он был открыт для всех.* (З. Е. Гердт. Рыцарь совести), так и чисто ситуативным, локальным эффектом:

(2) – *Кто там?* – еле выговорила она.

– *Твой муж,* – буднично ответил я, *наслаждаясь эффектом.*

– *А ты?*

– *Тоже муж. Только бывший.* (Е. Прошкин. Механика вечности).

Отметим, что, строго говоря, употребление термина «коммуникативный гедонизм» корректно в первую очередь по отношению к первому варианту; при этом жесткое разграничение случаев ситуативного эффекта и частного проявления устойчивой доминанты коммуникативного поведения далеко не всегда возможно, в силу чего затруднено и однозначное использование соответствующего термина.

- Автономный – синкретичный характер реализации.

Удовольствие, которое один из участников ситуации (или оба ее участника) испытывает от общения, может носить как собственно коммуникативный характер, так и быть частью общего эмоционального отношения к коммуникативному партнеру, – отношения, в котором удовольствие разговаривать переплетается с удовольствием видеть собеседника, находиться рядом с ним и под.:

(3) – *Так ты хочешь увидеть Боль? – Гостя испытующе смотрела мне в глаза.*

– *Да, – ответил я, наслаждаясь её лицом, её голосом, и чувствуя необыкновенную радость оттого, что она говорит со мной.* (И. Краева. Тим и Дан, или Тайна «Разбитой коленки»: сказочная повесть).

- Степень обобщенности – конкретизированности стимула для получаемого удовольствия.

Эффект коммуникативного гедонизма может быть индуцирован как ситуацией общения в целом (контекст 3), так и конкретными, частными аспектами коммуникативного взаимодействия. В качестве таких аспектов могут выступать эстетические свойства звука, голоса, слова:

(4) – *А ведь именно они – Рэсси и Белобочка – должны спасать Нектона.*

– *Нектон? – с удовольствием сказал Сергей. – Красивое, мужественное имя.*

– *Да, – подхватил Дон. – Свободный кит. Синий кит, морской гигант, одиноко бороздил просторы океана.* (Е. Велтистов. Рэсси – неуловимый друг),

тема разговора:

(5) *Полине нравилось говорить о себе – она так долго жила в полном одиночестве, что сам факт замужества, то, что теперь за ней официально закреплён близкий человек, развязал ей язык и выбил из нее некоторые детали ее биографии и душевной жизни, как будто пробку из бутылки.* (Е. В. Колина. Дневник измены),

интенциональные характеристики произносимого или воспринимаемого высказывания / текста:

(6) *Зубр обрадовался – кому-то толковать свои идеи, про-свещать – одно удовольствие.* (Д. Гранин. Зубр) и пр.

Кроме того, различная степень обобщенности связана и с типом собеседника: коммуникант может испытывать удовольствие от общения с конкретным человеком (*Какое удовольствие с тобой разговаривать!*) – с определенным типом людей (*Люблю общаться с умными людьми / с молодежью / с коллегами*) – от общения вообще (контекст 1).

- Аксиологическая аранжировка коммуникативного гедонизма.

В принципе получение удовольствия от общения связано, во-первых, с общей позитивной оценкой, а во-вторых, с эмоциональным и эстетическим частнооценочными значениями.

При этом общая позитивная оценка может осложняться в межличностной коммуникации контекстно-ситуативными оценочными смыслами негативного характера:

(7) *Уйти рано будет невежливо, как и вообще уйти, и нужно будет говорить, смеяться, да и будет в этом какое-то **тягучее, муторное удовольствие** для обоих.* (А. Цветкова. В будущем времени).

Набор частнооценочных значений также может расширяться – в частности, за счет этической (ср. знаменитую цитату из романа М.А.Булгакова «Мастер и Маргарита» *Говорить правду легко и приятно*) или интеллектуальной оценки:

(8) *Разговаривать с ним было непрерывное удовольствие, правда, требовавшее постоянного усилия, но поднимавшее меня до лучшей моей интеллектуальной формы. Мозг намагничивался, нейронная плазма разогревалась, язык мог выдать нечто неожиданное для меня самого.* (А. Найман. Колыбель).

- Коммуникативная позиция субъекта анализируемого эффекта.

В рамках данного параметра выделяются три класса контекстов, а именно случаи, когда удовольствие испытывают:

а) слушающий:

(9) *Деллингсгаузен поминутно смеялся, наслаждаясь шутками **Николая**, подчас довольно рискованными, Ферзен же довольствовался одними улыбками.* (А. Н. Бенуа. Жизнь художника),

(б) оба участника ситуации:

(10) *Мы находили удовольствие именно в этом соответственном звучании различных струн, которые мы затрагивали в разговоре.* (Л. Н. Толстой. Отрочество),

и, наконец, в) сам говорящий.

В последнем случае целесообразно различать ситуации эгоистического и альтруистического характера. В контекстах альтруистического типа говорящий испытывает удовольствие от позитивной реакции слушающего; в контекстах же эгоистического типа говорящий либо в принципе не учитывает коммуникативные интересы / реакцию партнера:

(11) *Денис горделиво поднимает подбородок и по-дирижерски взмахивает рукой.*

– Мы больше не чемпионы. Мы больше не чемпионы? Мы больше не чемпионы! – повторяет он, наслаждаясь богатством своего интонационного репертуара... (В. Шевцов. Господа герильерос),

либо получает удовольствие от спонтанной или сознательно спровоцированной негативной коммуникативной реакции собеседника (т. е. от обиды, смущения, раздражения, досады и т. п., вызванных коммуникативными действиями говорящего):

(12) *– Покажите письмо, я говорю! – почти выкрикнул он. – Покажите его! Отдайте его мне!..*

– Да что же это за письмо такое ценное? – откровенно наслаждаясь нервозностью гостя, язвительно спросил Жижин. – Завещание на предъявителя, что ли? (С. Шикера. Стень).

Таким образом, удовольствие от общения (коррелирующее с коммуникативным гедонизмом, но не идентичное ему) представляет собой многоаспектный эмоционально-коммуникативный феномен, демонстрирующий гибкую и сложную конверсационную, функциональную и аксиологическую организацию.

Библиографические ссылки

1. *Задворная Е. Г.* Дискурс как система фильтров // *Respectus philologicus*. 2003. № 3(8). С. 47–54.

2. *Кубракова Н. А.* Коммуникативный гедонизм в жанре *чат* интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Саратов, 2013. 19 с.