

УДК 81'42.111

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2025.3.10>

Н. П. КИСЕЛЮК

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземної та української філології,

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Волинська область, Україна

Електронна пошта: kyselyuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-8401-8579>

Т. Г. БОНДАР

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземної та української філології,

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Волинська область, Україна

Електронна пошта: t.bondar@lntu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-9421-264X>

**ПРАГМАТИКА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ
У ЕМОЦІЙНОМУ ТА ЕМОТИВНОМУ ТИПАХ ДИСКУРСУ
(НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРОЗИ)**

Статтю присвячено дослідженню прагматичних особливостей функціонування невербальних компонентів комунікації крізь призму емоційного та емотивного типів дискурсу. Розглянуто теоретичні засади емоційної та емотивної комунікації, зокрема з позицій прагмалінгвістики, а також виокремлено ключові ознаки, що дозволяють розмежувати емоційну експресію та емотивну інтенцію мовця. Проаналізовано типові невербальні засоби, які супроводжують вербальне висловлення та активізують його прагматичний потенціал. Наголошено, що невербальна поведінка може бути як спонтанною, так і контрольованою, прагматично вмотивованою. Спираючись на положення сучасної комунікативної лінгвістики, прагматики та психолінгвістики, визначено роль невербальних знаків у досягненні комунікативної мети, посиленні або трансформації вербального змісту, формуванні емоційного впливу на адресата. Матеріал дослідження становлять фрагменти англomовного художнього дискурсу, які відображають комунікативну поведінку мовців у стані емоційної напруги або при вираженні афективних станів.

У результаті дослідження встановлено, що невербальні компоненти в емоційно та емотивно маркованому дискурсі функціонують не лише як допоміжний засіб, а як самостійний комунікативний код та виконують емпатичну, модифікаційну, регулятивну функції, суттєво впливаючи на інтерпретацію вербального повідомлення. Також з'ясовано, що в окремих випадках невербальні сигнали можуть вступати у смисловий конфлікт із вербальними, створюючи ефект прагматичної багатозначності. Дослідження підтвердило, що ефективне розуміння емоційного та емотивного дискурсу неможливе без урахування невербального рівня комунікації як складової єдиної прагматичної системи.

Ключові слова: невербальна комунікація, емоційний дискурс, емотивний дискурс, прагматика, інтенційність, паралінгвістичні засоби, комунікативна стратегія.

Поставлення проблеми. У сучасній лінгвістичній та комунікативній парадигмі проблема невербальних знаків розглядається як багатоаспектне явище та активно досліджуються в межах прагмалінгвістики, соціолінгвістики, психолінгвістики, а також комунікативної лінгвістики. Вираження емоційного стану за допомогою невербаліки у поєднанні з вербальним повідомленням зумовлює компресію декількох думок та посилює ілюкативний та перлюкативний ефекти. Це означає, що повноцінне розуміння комунікативного акту можливе лише

з урахуванням як вербальних, так і невербальних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням вивчення невербальних компонентів комунікації (надалі – НВК) активно займалися такі дослідники, як Шуляк, Ткаченко, Іващенко, Барліт, Радевич-Вінницький, Ламер, Бек та інші, заклавши солідне теоретичне підґрунтя для подальшого комплексного вивчення невербальних засобів у різних типах дискурсу, зокрема емоційному та емотивному. Вони розглядали невербальні знаки як важливу частину

процесу спілкування, що впливає на успішність комунікації. Особливу увагу в дослідженнях було приділено класифікації НВК, їх ролі у репрезентації емоцій та у формуванні мовленнєвого етикету. Зокрема, Шуляк та Балик акцентують увагу на ролі паралінгвальних засобів як індикаторів психоемоційного стану особистості, підкреслюючи їхню участь у формуванні повноцінного комунікативного акту [Шуляк, Балик]. Ткаченко окреслює функціональну значущість невербальних знаків у структурі діалогічного мовлення, де вони виступають як засоби регуляції комунікативного контакту, особливо в контексті емоційної та когнітивної взаємодії [Ткаченко]. Іващенко розглядає невербальні компоненти крізь призму емоційної експресивності, відзначаючи їхню здатність відображати й підсилювати смислове навантаження вербального висловлення [Іващенко]. У свою чергу, Барліт та Удовіченко аналізують невербальні маркери як репрезентанти соціального статусу та ролі учасників комунікативної ситуації, звертаючи увагу на міжкультурні особливості функціонування таких засобів у межах англomовного та україномовного дискурсів [Барліт, Удовіченко]. Радевич-Вінницький інтерпретує невербальну комунікацію як складову культури спілкування, що виконує важливу соціально-регулятивну функцію, забезпечуючи дотримання норм і етикетних вимог [Радевич-Вінницький]. Ламет та Бек аналізують невербальні маркери, зокрема вираз обличчя та невербальні патерни домінування чи довіри, як репрезентанти соціального статусу та ролі учасників комунікативної ситуації.

Попри значну увагу дослідників до проблем невербальної комунікації, прагматичні аспекти функціонування невербальних компонентів у парадигмі вивчення емоційного та емотивного дискурсу залишаються недостатньо висвітленими. Це зумовлює необхідність більш глибокого аналізу їхньої ролі у структурі комунікативної взаємодії, зокрема в реалізації емоційного впливу.

Зважаючи на вищесказане, **метою** нашого дослідження є виявлення прагматичних особливостей використання невербальних компонентів в емоційному та емотивному типах дискурсів. Поставлена мета передбачає вирішення наступних завдань: схарактеризувати основні

підходи до класифікації та аналізу НВК у сучасній лінгвістиці; зіставити емоційний та емотивний дискурси з погляду їх комунікативних параметрів; визначити функції НВК у процесі емоційного вираження та впливу на адресата. Матеріалом для аналізу стали фрагменти англomовних художніх творів із виявленими емоційними або емотивними ситуаціями.

Виклад основного матеріалу. Специфіка природи невербальних компонентів комунікації зумовлює їхній потенціал як засобу соціального спілкування і робить їх джерелом свідомих соціальних повідомлень, у тому числі нещирих із погляду емоційного вияву. У зв'язку з цим виникає необхідність вивчення особливостей функціонування невербальних знаків як засобів реалізації комунікативного наміру, а також пов'язаних із цим проблем використання НВК як елементів мовленнєвого етикету.

І. Шуляк та В. Балик вважають, що використання невербальних дій у мовленнєвому спілкуванні може мати спонтанний, підсвідомий, або навмисний, цілеспрямований характер, що демонструє свідоме регулювання людиною своєї поведінки і діяльності [Шуляк, Балик]. Таким чином, відмінності комунікативної поведінки мовців у емотивному та емоційному типах дискурсу зумовлюють і відмінності у використанні невербальних компонентів комунікації при актуалізації різних емоційних станів.

Емоційні стани можуть репрезентуватись як у підготовленому, так і в спонтанному мовленні [Kyseliuk]. Підготовленому мовленню відповідає емотивний тип дискурсу, а спонтанному мовленню – емоційний дискурс [Haieva]. Досліджуючи репрезентацію емоційних станів в емоційному та емотивному типах дискурсу, варто розрізняти такі поняття, як емоційність і емотивність. Під емоційністю розуміємо спонтанну, незаплановану демонстрацію емоцій як вияв внутрішніх емоційних станів (це – емоції для себе). Емотивність – це свідомо, орієнтована на співрозмовника демонстрація емоцій, яка використовується у стратегічних цілях у найрізноманітніших ситуаціях спілкування (це – емоції для інших); їхня прагматична функція – вплинути на сприйняття співрозмовником мовленнєвої ситуації, продемонструвати доброзичливість та прихильність, надати комунікативну підтримку [Haieva]. Адресат є центральним при

побудові емотивного дискурсу, оскільки він є тим об'єктом, заради якого створюється цей дискурс. В емоційному ж дискурсі на перший план виходить особистість адресанта.

Проведений аналіз теоретичних джерел дає підстави стверджувати, що хоча емоційний та емотивний дискурси й пов'язані з вираженням почуттів, вони відрізняються за своєю прагматичною спрямованістю та функціональним навантаженням. У центрі емоційного дискурсу перебуває мовець (адресант), його внутрішній стан та безпосереднє емоційне реагування, тоді як емотивний дискурс орієнтований на адресата, передбачаючи свідоме використання емоцій для регуляції комунікативної взаємодії. Ключові відмінності між цими типами дискурсу наводимо у Таблиці 1.

Наведене порівняння дає змогу чітко окреслити зміщення акценту з внутрішнього емоційного переживання (в емоційному дискурсі) на прагматичну мету комунікації (в емотивному дискурсі), що, своєю чергою, зумовлює специфіку використання невербальних компонентів у кожному випадку.

Особливістю мовленнєвої поведінки учасників емоційної комунікації є використання мовцями відповідних невербальних компонентів спілкування. Прагматично значущим в емоційному дискурсі є явище 'Его'-мотивованості, тобто для мовця головним є його власне 'Я', його переживання, емоції, хвилювання тощо, оскільки в цей момент через велике емоційне збудження йому байдуже до почуттів інших. У цьому дискурсі адресант, переживаючи певні емоції, висловлює свої почуття не лише за допомогою лексичних, синтаксичних та стилістичних засобів, але й використовує невербальні засоби маніфестації свого емоційного стану. Причиною цього є емоційна збудженість мовця.

Розглянемо егоцентричну поведінку адресанта, який разом із вербальними використовує невербальні засоби на позначення радості:

"By the way, there's peppermint stick ice cream in the freezer and ..."

"Yea! Ice cream!" cried Andrew, jumping up and down [Martin : 64].

Як видно з прикладу, поведінка мовця була зумовлена повідомленням іншого учасника комунікації, на якого не спрямовується вираження радості. Поряд із використанням вигука (*Yea!*) та окличного номінативного речення (*Ice cream!*), притаманних емоційному мовленню, адресант використовує фонаційний НВК (*cried*), який підсилюється емоційними діями (*jumping up and down*). Ці НВК виражають емоційний стан мовця, а отже – вони є симптоматичними невербальними знаками. У цьому випадку основою їхнього виникнення є радість. Мовець "вибухає" тим, що його найбільше схвилювало. Зазначимо, що використані мовцем емоційні дії є прагматично неопанованими – тобто вони не є стійкими і не обов'язково вживаються як реакція на аналогічне повідомлення. Тут очевидної прагматичної релевантності набули спонтанні реакції на зовнішній, несподіваний стимул, що надійшов по комунікативному каналу.

У наступному прикладі один з комунікантів виявляє страх, використовуючи разом із синтаксичними (наказові окличні речення) фонаційні невербальні засоби, але у притаманній лише йому манері. Внаслідок такого прояву емоцій страх комуніканта звучить як гнів:

"Like mother like daughter," Jack muttered.

"Go to bed!" she cried, her fear coming out sounding like anger. "Go to bed, you're drunk!"

"Don't tell me what to do."

"Jack... please, we shouldn't... it..." There were no words.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика емоційного та емотивного типів дискурсу

Типи дискурсу	Емоційний дискурс	Емотивний дискурс
Наявність адресата	необов'язкова	обов'язкова
Контроль за проявами емоцій	емоції проявляються спонтанно	емоції використовуються цілеспрямовано, як засіб впливу
Невербальні дії	неконтрольовані, носять спонтанний характер (наприклад, плач, крик, сміх)	контрольовані, використовуються як інструменти емоційного впливу (наприклад, міміка, інтонація)
Основна функція	передача (індикація) емоційного стану	досягнення комунікативних цілей (етикетна та/або маніпулятивна складова комунікації)

"Don't tell me what to do," he repeated sullenly, and then went into the bedroom [King : 26].

У представленій сцені сімейної сварки учасникам комунікації байдуже до почуттів один одного, вони зосереджені лише на власних емоціях. Таку поведінку комунікантів можемо теж вважати егоцентричною, оскільки жоден із співрозмовників не переймається негативними наслідками своєї комунікативної поведінки і не прагне припинення конфлікту.

Дослідники неодноразово підкреслювали активну участь невербальних компонентів у передачі свідомих соціальних повідомлень. В емотивному дискурсі мовець, мета якого – справити ефект на адресата, має ексклюзивне право голосу. У цьому типі дискурсу фактор адресата набуває статусу центральності. При цьому мовець використовує прагматично опановані комунікативні жести, що несуть певну інформацію, яку свідомо передає адресант. За своєю природою це суто діалогічні жести.

У процесі комунікації невербальні засоби беруть активну участь у реалізації метакомунікативної функції, тобто функції встановлення і підтримання контакту між учасниками комунікації. Регуляція спілкування здійснюється фатичними метакомунікативними засобами на трьох етапах: на етапі встановлення контакту, підтримання контакту та розмикання контакту [Alba-Juez]. Наше дослідження показало, що невербальні знаки на позначення емоцій можуть виконувати метакомунікативну функцію на всіх трьох етапах, створюючи разом із вербальними засобами такі передумови й умови спілкування, які необхідні для адекватного перебігу процесу комунікації.

У встановленні контакту і тим самим у реалізації поведінкової категорії ввічливості важко переоцінити роль посмішки – одного з найбільш керованого компонента із усіх невербальних засобів комунікації. Ввічливість образно може бути названа маскою, яку комуніканти використовують, маючи на меті різні цілі спілкування. Невербальні знаки, які використовуються комунікантами з метою демонстрації ввічливості є етикетними НВК. Вони використовуються у конкретних, чітко фіксованих ситуаціях як елементи, що передають інформацію про тип мовленнєвої ситуації.

Кожен етикетний НВК є корелятом певного мовленнєвого акту. Так, посмішка, як один із

засобів маскування є не лише знаком радості чи задоволення. Вона є винятково важливим несловесним знаком етикетного спілкування [Радевич-Вінницький : 110]. Посмішка 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 позитивних емоцій. Маніфестація таких емоцій за допомогою посмішки на фазі встановлення контакту сприяє досягненню цілей контактовстановлення. 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 : 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.

У фазі підтримання контакту невербальні компоненти реалізують виконання гармонізуючої функції у емотивному дискурсі, що спрямовує діалогічну взаємодію у площину кооперації. Суть цієї функції полягає у досягненні гармонізації шляхом поліпшення емоційного стану партнера по комунікації, підтримання міжособистісних стосунків у межах конкретної мовленнєвої взаємодії та в урегулюванні комунікативного процесу. Наприклад:

"Maybe she could teach English overseas, then. Or join the Peace Corps. Or tour Europe. Has she ever been?" I laughed. Perry laughed [Gonick : 48].

Як видно з прикладу, мовець, прагнучи до гармонізації комунікативного процесу, використовує фонаційний НВК 'сміх' (*I laughed*). Його співрозмовник, в свою чергу, прагнучи звести спілкування у площину кооперації та продемонструвати своє задоволення, підтримує комуніканта, дублюючи використаний для цього НВК (*Perry laughed*).

Демонстрація позитивних емоцій з етикетних міркувань характерна і для заключного

етапу спілкування – фази розмикання контакту. Мета застосування в таких ситуаціях невербальних знаків залишається незмінною – репрезентація ввічливості і, як результат – гармонізація спілкування, досягнення комунікативного успіху. Наприклад:

“Bye!” Harry called to Ron.

“See you when you get back!” Ron grinned and winked [Rowling : 365].

“Bye, Harry!”

“See you, Potter!”

“Still famous,” said Ron, grinning at him [Rowling : 321].

З наведених прикладів видно, що у фазі розмикання контакту мовці використовують мімічні НБК (*grinned and winked, grinning*), які є індикаторами позитивних емоцій. Зазначимо, що з метою етикетної демонстрації свого позитивного ставлення мовці не використовують жестів рук. Ми вважаємо, що це пов'язано з тим, що жести рук та інші невербальні дії слугують інтенсифікаторами емоції, тоді як міміка та модуляції голосу є її індикаторами.

Отже, для того, щоб свідомо продемонструвати свої позитивні емоції задля гармонізації комунікації, мовці використовують невербальні індикатори, а не інтенсифікатори. Невербальні індикатори, взаємодіючи з вербальною частиною повідомлення, виконують функцію підтримки, або функцію поглиблення значення, (про що свідчать два останні наведені приклади), тим самим пояснюючи зміст вербальної частини повідомлення, або додаючи мовленню більшої експресії.

Етикет у цілому є засобом вираження емоційно значущих стосунків. Загальне етикетне правило, якому підпорядковується спілкування, полягає в “максимальному” піднесенні образу свого співрозмовника [Радевич-Вінницький : 75]. Такі невербальні знаки на позначення емоційного стану радості, як ‘посмішка’ (мімічна реакція, що початково несе позитивний настрій), ‘обійми’, ‘рукостискання’, ‘поцілунок’, різноманітні фонації тощо 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’, ‘прощання’, ‘поздоровлення’, ‘подяка’, ‘комплімент’ тощо, вимагають супроводження зазначеними невербальними знаками. Наведемо приклади реалізації стратегій ввічливості за допомогою невербальних компонентів комунікації у різних етикетних ситуаціях:

– знайомство: *Hagrid was beaming. Then there was a great scraping of chairs and the next moment, Harry found himself shaking hands with everyone in the Leaky Cauldron.*

“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 : 27].

– зустріч: *‘Hello, Gwenny, remember me?’ he said, grinning from ear to ear. ‘You used to bounce me on your knee when I was a little boy’ [Bradford : 173].*

– прощання: *“Have a good time. I’ll miss you!” he shouted, fairly bursting with happiness and exploding with laughter. “Bon voyage!” [Pene Du Bois : 72].*

– поздоровлення: *He was smiling, stretched out on his back, not in exhaustion, but in joy.*

“Merry Christmas!” he whooped [George : 125].

– 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 : 131].*

– подяка: *Cal smiled at him gratefully. “That’s good” [Covington : 148].*

– реакція на комплімент: *“You really think I’m skinny?” Barker saw Kathy’s teeth for the first time as she grinned at him. He had almost forgotten that bit of magic: tell a female she’s thin and she’s your’s for life [Bernays : 134].*

Як свідчать приклади, невербальні компоненти беруть участь у демонстрації позитивних емоцій в різноманітних категоріальних етикетних ситуаціях. Наш ілюстративний

матеріал показав, що в усіх перелічених ситуаціях обов'язково присутній НВК "посмішка" (*was beaming, with a smile, smile illuminated his face, grinned*). Решта НВК (*shaking hands, cried, stepped forward, grasp her hands, shouted, fairly bursting with happiness and exploding with laughter, stretched out on his back, whooped, came over to me, put his hand on my shoulder*) супроводжують посмішку, але ізольовано в етикетних ситуаціях не вживаються, що дає нам підстави стверджувати, що для демонстрації ввічливості у етикетних ситуаціях домінантним НВК є саме 'посмішка'. З цього погляду, кінему "посмішка" можна визначити як невербальну форму вираження чемних стосунків між людьми в процесі спілкування.

Висновки. Як показало наше дослідження, невербальні компоненти комунікації на позначення емоційних станів притаманні як емоційному, так і емотивному типам дискурсу. У емоційному дискурсі вираження цих станів відбувається за рахунок доповнення вербальних засобів невербальними симптоматичними прагматично неопанованими НВК. При цьому наявність адресата не є обов'язковою (мовець може виражати свої емоції, перебуваючи наодинці з собою). У емотивному дискурсі, навпаки, переважають прагматично опановані невербальні засоби, що свідомо використовуються для впливу на адресата, зокрема в межах стратегії ввічливості. Тут адресат займає

центральну позицію, а НВК мають соціально маркований характер.

Невербальні засоби комунікації регулюють процес спілкування, створюючи психологічний контакт між партнерами, збагачують значення, що передаються словами, висловлюють емоції й відображають розуміння ситуації. Взаємодіючи з вербальними засобами, НВК на позначення позитивних емоційних станів використовуються для реалізації стратегії ввічливості на етапі встановлення, підтримання та розмикання контакту у стандартних категоріальних етикетних ситуаціях, у яких необхідно продемонструвати налаштованість на кооперацію та зацікавленість у досягненні комунікативного успіху. Демонстрація емоцій в емотивному дискурсі здійснюється комунікативними прагматично опанованими етикетними невербальними знаками, центральне місце серед яких займає посмішка. Такі етикетні ситуації, як знайомство, привітання, прощання, подяка, комплімент тощо передбачають обов'язкове використання посмішки як головного невербального засобу, що виконує регулятивну та експресивну функції. Таким чином, прагматичне навантаження НВК у різних типах дискурсу варіюється залежно від ролі адресата, комунікативного наміру мовця та емоційного фону ситуації, що підкреслює доцільність комплексного аналізу таких засобів у межах сучасної комунікативної парадигми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барліт Л. М., Удовіченко Г. М. Англійська та українська невербальна комунікація: порівняльний аспект. *Інтелект. Професіоналізм. Гуманізм*. 2024. № 2, С. 87–92. URL: <https://intelektn.donnuet.edu.ua/index.php/intelekt/article/view/106> (дата звернення: 25.07.2025).
2. Заболотна, Т. В. Роль вербальних і невербальних засобів вираження емоцій у художньому тексті. *Теоретична і дидактична філологія*. 2023. Випуск 36. С. 153–163. URL: <https://tdp-journal.com/index.php/journal/article/view/273/221> (дата звернення: 25.07.2025).
3. Іващенко Т. В. Невербальна комунікація в освітньо-виховних практиках. Людина і світ на роздоріжжі: технології, ресурси, соціальні інституції. *Практичні студії*. 2024. С. 28–29. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77821> (дата звернення: 25.07.2025).
4. Радевич-Вінницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ, 2006. 291 с.
5. Ткаченко Н. Стимул та провокації невербальної комунікації. *Семантика мови і тексту*. 2024, Вип. 30. С. 178–182. URL: <https://semantics.knu.ua/article/view/3210> (дата звернення: 25.07.2025).
6. Шуляк І. М., Балик В. Р. Паралінгвальні засоби комунікації у реалізації комунікативних інтенцій Бориса Джонсона. *Філологічні студії*. 2023. № 13. С. 121–127. URL: <https://journals.cusu.in.ua/index.php/philology/article/view/211> (дата звернення: 25.07.2025).
7. Alba-Juez, L. (2023). Elevator small talk in Peninsular Spanish: Phatic speech acts within the ritual frame of casual encounters in the elevator. *Pragmatics*. 33(1), 27–54. <https://doi.org/10.1075/prag.21037.alb> (дата звернення: 25.07.2025).
8. Bernays A. Professor Romeo New York : Penguin Books, 1990. 277 p.

9. Bradford B. T. *Everything to Gain*. London : Harper Collins Publishers, 1995. 381 p.
10. Covington V. *Gathering Home*. New York : Penguin Books, 1990. 240 p.
11. George J. C. *My Side of the Mountain*. New York : Penguin Book, 1988. 177 p.
12. Gonick J. *Mostly True Confessions*. New York : Penguin Books, 1983. 203 p.
13. Haieva, P. O. Lexico-semantic differentiation of English emotive and emotional discourses. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Германістика та міжкультурна комунікація*. 2022. Вип. 1. С. 5–9. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/50311> (дата звернення: 25.07.2025).
14. King S. *Shining*. New York : Pocket Books, 2001. 708p.
15. Kyseliuk, N., Hubina, A., Martyniuk, A., & Tryndiuk, V. (2020). Non-verbal means of communication in the representation of the emotional state of joy in modern English fictional discourse. *Cognitive Studies | Études cognitives*, 2020(20), Article 2284. <https://doi.org/10.11649/cs.2284> (дата звернення: 25.07.2025).
16. Lamer, S.A., Beck, K.M., & Bressler, R.D. (2025). Nonverbal markers of social dominance and status in interpersonal communication. *Psychology of Women Quarterly*, 49(2), 123–140. <https://doi.org/10.1177/03616843251318964> (дата звернення: 25.07.2025).
17. Martin A. M. *Claudia and the Phantom Phone Calls*. New York : An Apple Paperback, 1986. 154 p.
18. Pene Du Bois W. *Peter Graves*. New York : Puffin Books, 1950. 168 p.
19. Rowling J. K. *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*. New York : Scholastic Inc., 1999. 309 p.

REFERENCES

1. Barlit, L. M., & Udovichenko, H. M. (2024). English and Ukrainian nonverbal communication: A comparative aspect. *Intelekt. Profesionalizm. Humanizm*, (2), 87–92. Retrieved from <https://intelektn.donnue.edu.ua/index.php/intelekt/article/view/106>.
2. Zabolotna, T. V. (2023). The role of verbal and nonverbal means of expressing emotions in a literary text. *Theoretical and Didactic Philology*, (36), 153–163. Retrieved from <https://tdp-journal.com/index.php/journal/article/view/273/221>.
3. Ivashchenko, T. V. (2024). Nonverbal communication in educational and pedagogical practices. In *Human and the world at a crossroads: Technologies, resources, social institutions. Practical studies* (pp. 28–29). Retrieved from <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77821>.
4. Radevych-Vynnytskyi, Ya. (2006). *Etiquette and the culture of communication* (2nd ed., revised and expanded). Kyiv. [in Ukrainian].
5. Tkachenko, N. (2024). Stimuli and provocations of nonverbal communication. *Semantics of Language and Text*, (30), 178–182. Retrieved from <https://semantics.knu.ua/article/view/3210>.
6. Shuliak, I. M., & Balyk, V. R. (2023). Paralinguistic means of communication in the implementation of Boris Johnson's communicative intentions. *Philological Studies*, (13), 121–127. Retrieved from <https://journals.cusu.in.ua/index.php/philology/article/view/211>.
7. Alba-Juez, L. (2023). Elevator small talk in Peninsular Spanish: Phatic speech acts within the ritual frame of casual encounters in the elevator. *Pragmatics*, 33(1), 27–54. <https://doi.org/10.1075/prag.21037.alb>
8. Bernays, A. (1990). *Professor Romeo*. New York : Penguin Books.
9. Bradford, B. T. (1995). *Everything to Gain*. London : Harper Collins Publishers.
10. Covington, V. (1990). *Gathering Home*. New York : Penguin Books.
11. George, J. C. (1988). *My Side of the Mountain*. New York : Penguin Books.
12. Gonick, J. (1983). *Mostly True Confessions*. New York : Penguin Books.
13. Haieva, P. O. (2022). Lexico-semantic differentiation of English emotive and emotional discourses. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series : Germanic Studies and Intercultural Communication*, 1, 5–9. Retrieved from <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/50311>.
14. King, S. (2001). *Shining*. New York : Pocket Books.
15. Kyseliuk, N., Hubina, A., Martyniuk, A., & Tryndiuk, V. (2020). Non-verbal means of communication in the representation of the emotional state of joy in modern English fictional discourse. *Cognitive Studies | Études cognitives*, 2020(20), Article 2284. <https://doi.org/10.11649/cs.2284>
16. Lamer, S.A., Beck, K.M., & Bressler, R.D. (2025). Nonverbal markers of social dominance and status in interpersonal communication. *Psychology of Women Quarterly*, 49(2), 123–140. <https://doi.org/10.1177/03616843251318964>
17. Martin, A. M. (1986). *Claudia and the Phantom Phone Calls*. New York : An Apple Paperback.
18. Pène du Bois, W. (1950). *Peter Graves*. New York : Puffin Books.
19. Rowling, J. K. (1999). *Harry Potter and the Sorcerer's Stone*. New York : Scholastic Inc.

N. P. KYSELIUK

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign and Ukrainian Philology,
Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine
E-mail: kyselyuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-8401-8579>*

T. H. BONDAR

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign and Ukrainian Philology,
Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine
E-mail: t.bondar@lntu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-9421-264X>*

**A PRAGMATIC ANALYSIS OF NON-VERBAL COMPONENTS
IN EMOTIONAL AND EMOTIVE TYPES OF DISCOURSE
(BASED ON CONTEMPORARY ENGLISH-LANGUAGE PROSE)**

The article focuses on the pragmatic features of non-verbal components of communication within the framework of emotional and emotive discourse. It outlines the theoretical foundations of emotional and emotive communication, with particular emphasis on pragma-linguistic approaches, and identifies the principal features that enable a clear distinction between emotional expression and the speaker's emotive intention. Typical non-verbal means accompanying verbal utterances and enhancing their pragmatic potential are analyzed. The study emphasizes that non-verbal behavior may be either spontaneous or controlled and pragmatically motivated. Drawing on modern communicative linguistics, pragmatics, and psycholinguistics, the research identifies the role of non-verbal cues in achieving communicative goals, reinforcing or transforming verbal content, and shaping the emotional impact on the recipient. The material under analysis includes fragments of English-language discourse that reflect speakers' communicative behavior under emotional tension or while expressing affective states.

As a result of the study, it has been found that non-verbal components in emotionally and emotively marked discourse function not only as auxiliary tools but as independent communicative codes. They perform emphatic, modificational, and regulative functions and significantly influence the interpretation of verbal messages. It has also been revealed that in some cases, non-verbal signals may contradict verbal ones, creating an effect of pragmatic polysemy. The study confirms that effective interpretation of emotional and emotive discourse is impossible without considering the non-verbal level of communication as an integral part of a unified pragmatic system.

Key words: emotional discourse, emotive discourse, non-verbal communication, pragmatic potential, emotive intention, communicative behavior, affective state.

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.08.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 18.09.2025
Дата публікації: 30.10.2025