

441045.81  
Б-31

Серія заснована  
в 1999 році

# аМ

альма  
матер

Ф. С. Бацевич

## Основи комунікативної лінгвістики

Підручник

Київ  
Видавничий центр «Академія»  
2004



Сумський державний  
університет  
БІБЛІОТЕКА

409238

ББК 81  
Б 31

Затверджено Міністерством освіти і науки України  
як підручник для студентів вищих навчальних закладів

(Лист № 1/11-5185 від 11.12.2003 р.)

Це перший в Україні підручник, у якому з позицій сучасної науки про мову систематизовано розглянуто найактуальніші проблеми комунікативної лінгвістики, розкрито її предмет, завдання, категорії, методологію, загальні закони спілкування за допомогою мови, організацію засобів мовного коду, вплив на мову психічних, соціальних, культурних чинників тощо. Предметом особливої уваги є власне мовні елементи комунікації — дискурс, мовленнєвий жанр, мовленнєвий акт. Враховано найновіші гіпотези, що сформувалися в межах когнітивної лінгвістики, прагмалінгвістики, психолінгвістики, теорії мовленнєвої діяльності.

Викладені в підручнику теоретичні положення проілюстровано прикладами з художньої літератури, побутового мовлення. Подано також зразки аналізу комунікативних ситуацій, спеціальні запитання, завдання, що сприятимуть глибшому засвоєнню матеріалу, оволодінню основними законами міжособистісного спілкування.

Для студентів вищих навчальних закладів, учителів-словесників. Прислужиться фахівцям з паблік рілейшнз, менеджменту, реклами.

#### Рецензенти:

доктор філологічних наук *Є. А. Карпіловська*;

доктор філологічних наук, професор *Л. М. Полюга*

ISBN 966-580-172-4

© Ф. С. Бачевич, 2004  
© ВЦ «Академія»,  
оригінал-макет, 2004

# Зміст

1. Комунікативна лінгвістика як наука і навчальна дисципліна	Сутність, категорії комунікативної лінгвістики та її взаємозв'язки з іншими галузями знання	7
	Предмет і завдання комунікативної лінгвістики	15
	Методи комунікативної лінгвістики	18
2. Природа, компоненти і форми комунікації	2.1. Природа спілкування і комунікації	26
	Спілкування і комунікація. Функції спілкування	27
	Відмінності спілкування людей і тварин	29
	Спілкування як діяльність. Типи спілкування	31
	Основні закони спілкування	37
	Особливості міжособистісного спілкування	42
	Тенденції розвитку сучасного спілкування	45
	Моделі комунікації	47
	2.2. Компоненти комунікації	
	Елементарні компоненти і засоби комунікації	51

Канали комунікації.	
Комунікативний шум	54
Вербальні	
компоненти спілкування	57
Невербальні	
компоненти спілкування	58
Ситуативний	
контекст спілкування.	
Зворотний зв'язок у комунікації	66
2.3. Форми мовного спілкування	
Класифікація форм	
мовного спілкування	68
Діалог і його організація	72
Організація полілогу	82
2.4. Породження і сприйняття	
мовлення як основа комунікації	
Породження мовлення як процес	86
Моделі, етапи	
і рівні породження мовлення	88
Проблеми, пов'язані	
з процесом сприйняття мовлення	97
Слухання і його роль	
у комунікації	100
2.5. Загальна характеристика	
складових комунікативного акту	
Сутність комунікативного акту	103
Прагматичні аспекти комунікації	105
Компоненти	
комунікативного акту,	
пов'язані з учасниками	
спілкування	107
Гендерні аспекти спілкування	112
Комунікативні інтенції.	
Стратегії мовленнєвого	
спілкування	115
Мовна й комунікативна	
компетенція мовців	122
Комунікативний кодекс	126



3. Засоби мовного коду в комунікації	3.1. Складові комунікативного акту, пов'язані з мовним кодом	136
	Дискурс як процес і найзагальніша категорія організації мовного коду в спілкуванні	137
	Типи дискурсів	138
	Текст як результат і одиниця комунікації.	146
	Текст і дискурс	146
	Типологія текстів	150
	Інформація в дискурсах і текстах	154
	Експліцитна та імпліцитна інформація в комунікації	156
	Мовленнєвий жанр	159
	Дискурс і мовленнєвий жанр	168
	Мовленнєвий акт у структурі повідомлення	169
	Перформативи і констативи	175
	Імплікації та імплікатури дискурсу.	178
	Непрямий мовленнєвий акт	178
	Імпліцитна інформація в мовленнєвих актах	181
	Зіставлення пресупозицій та інших типів імпліцитної інформації	184
	3.2. Складові комунікації, пов'язані з риторикою мовлення і ситуацією спілкування	
	Стиль спілкування.	
	Мовна особистість у комунікації	186
	Усне і писемне спілкування.	
	Функціональний стиль мовлення	191
	Комунікативно-риторичні якості мовлення	195
	Етикет мовленнєвого спілкування	198
	Регістр як категорія комунікації	202

	Тональність як складова мовленнєвого спілкування	209
	Атмосфера спілкування	212
	3.3. Комунікативні девіації (невдачі)	
	Сутність і природа комунікативних девіацій	213
	Типологія комунікативних девіацій	215
4. Міжкультурна комунікація	Вплив національно-культурних чинників на процес спілкування	251
	Аспекти мовного коду в міжкультурній комунікації	257
	Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету.	
	Комунікативні табу	261
	Національно-культурна специфіка максим спілкування	265
	Невербальні особливості міжкультурної комунікації	267
5. Аналіз комунікативних ситуацій	Комунікативний паспорт учасників спілкування	271
	Комплексний комунікативний аналіз і його складові	273
	Література	304
	Короткий термінологічний словник	318

# 1.

## Комунікативна лінгвістика як наука і навчальна дисципліна

*Комунікативна лінгвістика досліджує загальні закони спілкування людей за допомогою природної мови, організацію засобів мовного коду та інших семіотичних (знакових) систем у процесах комунікативної взаємодії особистостей, вплив на засоби мови психічних, соціальних, когнітивних, культурних та інших чинників, а також різноманітних ситуативних складових комунікації.*

*Свідоме ставлення носіїв мови до своєї комунікативної діяльності, вміння аналізувати причини конфліктів або невдач у спілкуванні дає змогу гармонізувати міжособистісні стосунки кожної людини.*

**Сутність, категорії комунікативної лінгвістики та її взаємозв'язки з іншими галузями знання**

**Сутність комунікативної лінгвістики.** Комунікативна лінгвістика є складовою сучасної розгалуженої науки про мову — мовознавства.

*Мовознавство, або лінгвістика — наука про природну людську мову загалом і про всі мови світу як її індивідуальних представників.*

Як наука, комунікативна лінгвістика почала активно формуватися в другій половині ХХ ст. і вже чітко

окреслила свій предмет дослідження, зв'язки з іншими науками, формус власні методи аналізу.

*Комунікативна лінгвістика* — розділ і водночас новий напрям сучасної науки про мову, предметом якого є процеси спілкування людей з використанням живої природної мови, а також з урахуванням усіх наявних складових комунікації (фізичних, фізіологічних, психологічних, соціальних, контекстних, ситуативних та ін.).

Серед основних питань комунікативної лінгвістики — питання про загальні закони комунікації, специфіку комунікації залежно від різних умов (соціальних, культурних тощо), структуру мови (мовного коду) у процесах спілкування, закономірності взаємодії мовних і позамовних засобів комунікації, залежність організації мовного коду від позамовних (ситуативних — у широкому сенсі слова) явищ, етапи і закономірності породження і сприйняття мовлення в різних комунікативних умовах, причини комунікативних невдач, а також про методи дослідження мови і засобів інших семіотичних систем у процесах комунікації.

Як навчальний курс, комунікативна лінгвістика охоплює розділи, пов'язані з:

— природою, компонентами і формами комунікації (зокрема, комунікацією як діяльністю, основними законами комунікації, тенденціями розвитку сучасного спілкування, каналами комунікації, вербальними та невербальними компонентами спілкування, контекстом і ситуацією спілкування, зворотним зв'язком у спілкуванні тощо);

— складовими комунікативного акту в міжособистісному спілкуванні:

а) мовним кодом (дискурсом, текстом, мовленнєвим жанром, мовленнєвим актом, повідомленням);

б) елементами інших знакових систем (жестами, мімікою, поставами тіла, інтонацією, темпом мовлення та ін.);

в) ситуативними елементами комунікації (перістром, тональністю, атмосферою спілкування тощо);

— породженням і сприйняттям мовлення, а також причинами, механізмами і типами комунікативних невдач;

— складовими комунікації, пов'язаними з риторикою мовлення (стилем спілкування, комунікативно-риторичними якостями мовлення, функціональними стилями мовлення тощо);

— проблемами міжкультурної та інших типів комунікації (соціалізацією особистості, універсальним та ідіоетнічним у спілкуванні, комунікативними стереотипами, комунікативними табу тощо);

— практичними аспектами аналізу комунікативних ситуацій (складовими комунікативного паспорта учасників спілкування, комплексним комунікативним аналізом конкретних ситуацій спілкування та ін.).

Отже, комунікативна лінгвістика — розділ сучасної гуманітарної сфери знань, який органічно синтезує лінгвістичні, психологічні, філософські, логічні та інші підходи до живої людської мови у спілкуванні.

**Категорії комунікативної лінгвістики.** Спираючись на основні категорії лінгвістики і теорії мовленнєвої діяльності (мова, мовлення, слово, лексема, речення, номінативна одиниця, комунікативна одиниця, стиль, діалект, ідіолект, двомовність, рівні мовної системи, мовні девіації, культура мовлення та ін.; задум, реалізація мовного задуму, внутрішнє мовлення, зовнішнє мовлення, вербалізація, породження і сприйняття мовлення, смисл та ін.), комунікативна лінгвістика оперує власним категоріальним апаратом. Його ядро — базові поняття: комунікація, спілкування, комунікативний акт, інформація, комунікативний смисл, комунікативна діяльність, мовний код, вербальні й невербальні засоби спілкування, інтеракція, трансакція, комунікативний крок у діалозі та ін. Навколо них концентрується відповідна лінгвокомунікативна проблематика (рис. 1.1).

Наведена схема ілюструє, що осереддям комунікативної лінгвістики є категорії, пов'язані з організацією мовного коду в спілкуванні. Усі інші категорії «працюють» на цю сферу. У цьому виявляється специфіка комунікативної лінгвістики, її відмінність від психолінгвістики, соціолінгвістики, теорії мовленнєвої діяльності та інших напрямів і галузей сучасної науки про мову.

**Взаємозв'язки комунікативної лінгвістики з іншими галузями знання.** Комунікативна лінгвістика — галузь знань, яка динамічно розвивається. Вона тісно пов'язана з філософією (передусім теорією пізнання і аналітичною філософією, а останнім часом — з комунікативною філософією), логікою, семіотикою, соціологією, комунікативістикою (загальною теорією комунікативних систем), інформатикою, кібернетикою, психоло-



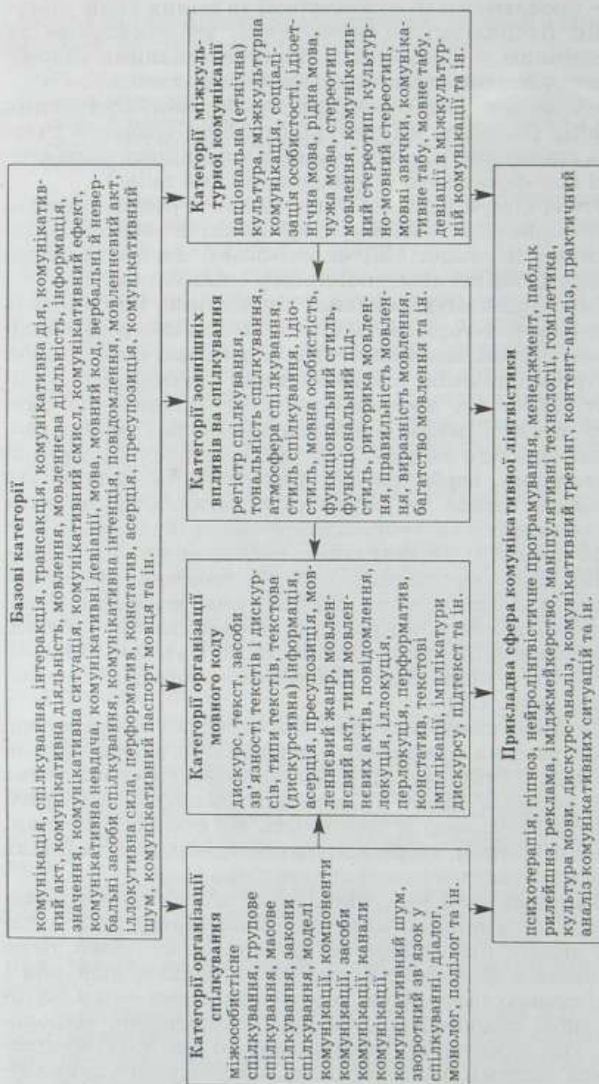


Рис. 1.1. Категорії комунікативної лінгвістики

гією, культурологією, етнологією і етнографією, риторикою, когнітологією, теорією штучного інтелекту. Як складова лінгвістики, вона постійно взаємодіє з усіма розділами традиційного мовознавства (фонетикою, граматиною, лексикологією, стилістикою), а також з новітніми напрямками лінгвістичних досліджень, зокрема теорією мовленнєвої діяльності, психолінгвістикою, етнолінгвістикою, етнопсихолінгвістикою, лінгвокогнітологією, функціональною лінгвістикою, структурною та прикладною лінгвістикою, інженерною лінгвістикою та ін. Найтіснішими є зв'язки комунікативної лінгвістики з мовознавством, теорією інформації, комунікативістикою, функціональною лінгвістикою, психолінгвістикою, теорією мовленнєвої діяльності та соціолінгвістикою.

Найважливіші ідеї комунікативної лінгвістики зародились у межах лінгвістики другої половини ХХ ст. Саме в цей час стало зрозумілим, що уявлення дослідників про мову як самодостатню систему знаків, яку потрібно вивчати «саму в собі й для себе», застаріли. Лінгвісти почали говорити про мову як форму, спосіб життєдіяльності людини, вербалізації людського досвіду і його усвідомлення, вираження особистості й організації міжособистісного спілкування у процесі спільної діяльності людей. Від об'єктивізованого, деперсоналізованого, предметного представлення мови вчені поступово почали переходити до її особистісного, діяльнісного розуміння.

У лінгвістиці 60—70-х років ХХ ст. відбувся «прагматичний поворот», результатом якого став акцент на прагматичних (передусім соціально-психологічних та конситуативних) чинниках використання мови. Саме лінгвістична прагматика від самого початку керується принципами динамічного підходу до мови, роблячи ідею діяльності своєю методологічною основою. Лінгвістична прагматика цього періоду (та й наступних) охопила значну кількість проблем, пов'язаних з динамічною теорією тексту, зародженням дискурсивного аналізу і теорії дискурсу в цілому, комунікативним синтаксисом, теорією й типологією мовлення, теорією функціональних стилів, соціо- і психолінгвістикою та іншими напрямками.

Паралельно з розвитком прагмалінгвістики зароджуються ідеї когнітивного (лат. *cognosco* — пізнавати) підходу до мови, який певною мірою починає домінувати в науці про мову на початку 80-х років ХХ ст.

У центрі уваги *когнітивної лінгвістики* перебувають проблеми мови як загального пізнавального механізму репрезентації та трансформування найрізноманітнішої інформації з використанням специфічних (мовних) знаків. Функціонування мови також розглядається як різновид когнітивної діяльності. Як нова галузь досліджень, когнітивна лінгвістика тісно пов'язана з когнітивною психологією, теорією штучного інтелекту, породження й сприйняття мовлення, різними типами семантик і граматики, семіотикою та іншими науковими напрямками.

Тісний зв'язок комунікативної лінгвістики з *теорією інформації*, або *інформатикою*, яка вивчає проблеми створення, передавання, приймання, зберігання, перетворення та обчислення інформації. Її власний об'єкт — функціонування інформації в системах «людина — людина» і «людина — машина — людина». Водночас одним з об'єктів вивчення теорії інформації є мова як засіб і сфера створення, зберігання, переробки і передавання інформації. Крім того, теорія інформації пов'язана з лінгвістичним забезпеченням інформаційних систем. Зв'язок комунікативної лінгвістики з цією наукою значною мірою виявляється у використанні її поняттєвого апарату. Зокрема, такими поняттями, як код (засоби передавання інформації), біт (одиниця виміру інформації), надлишковість (різниця між граничною можливістю коду і середнім обсягом передаваної інформації), ентропія (міра невизначеності обсягу недостатньої інформації, яка залежить від кількості знаків у коді й імовірності їх появи в тексті) та іншими, стала послуговуватися комунікативна лінгвістика.

На розвиток комунікативної лінгвістики останніх десятиліть активно впливають ідеї *комунікативістики*.

*Комунікативістика* (англ. *communicology, communication science* — наука про комунікацію) — наука, яка вивчає системи засобів і гуманітарних функцій масових інформаційних зв'язків, що здійснюються на різних етапах цивілізації за допомогою різних мов, а також вербальних і невербальних засобів.

Як самостійна наукова галузь, комунікативістика сформувалась у середині ХХ ст. у США та деяких інших країнах. Предмет її дослідження — різноманітні форми і засоби, функції та можливості інформаційно-соціальних зв'язків — від наскельних малюнків, ритуальних танців і звуків барабанів до комп'ютерного дизайну, відеодисків і телефаксів. Найбільша увага приділяється



новітнім засобам зв'язку. Комунікативістика завдяки своїй інтегративній природі об'єднує досягнення всіх напрямів досліджень інформаційних систем.

Комунікативна лінгвістика спирається на теоретичний потенціал комунікативістики, зокрема добре опрацьовані методики і прийоми контент-аналізу (тобто дослідження дискурсів і текстів за допомогою точних статистичних даних). Однак вона не є складовою комунікативістики, оскільки має своїм предметом дослідження не просто рух інформаційних потоків, а засоби природної мови в процесах спілкування людей у різноманітних ситуаціях.

Взаємозв'язки комунікативної лінгвістики і *прагмалінгвістики* (теорії мовної прагматики) складні й неупорядковані. До цього часу між обома розділами науки про мову «демаркаційні» межі не проведені: деякі вчені вважають, що поняття «комунікативна лінгвістика» і «прагмалінгвістика» є синонімами, оскільки представляють один напрям досліджень. Таке розуміння ґрунтується на тому, що процес комунікації тісно пов'язаний з прагматичними чинниками; більше того, під певним кутом зору в процесах спілкування семантика і синтактика засобів мовного коду є залежними від прагматичних чинників. Лінгвістична прагматика ще не має чітких контурів, її проблемне поле охоплює комплекс питань, пов'язаних з адресантом, адресатом, їх взаємозв'язками в комунікації, ситуацією спілкування, тобто з усіма чинниками процесів спілкування.

Незважаючи на те, що у деяких дослідженнях лінгвістична прагматика ототожнюється з усіма складовими процесу спілкування, існує думка, що комунікація не може бути редукована лише до прагматики, оскільки її учасники використовують засоби мовного коду з їх семантичними та синтактичними особливостями. У міжособистісному спілкуванні засоби прагматики беруть участь «вибірково», залежно від конситуації та інших чинників. З огляду на це визначення лінгвістичної прагматики як сфери досліджень, у межах котрої вивчається функціонування мовних знаків у мовленні, є надто широким, радше загальносеміотичним, аніж власне лінгвістичним.

Комунікативна лінгвістика розглядає елементи мовного коду в динамічному аспекті спілкування особистостей. Проте, на відміну від прагмалінгвістики, яка бе-

ре до уваги лише окремі складові зовнішнього контексту, що можуть бути визначені як когнітивно-психологічні якості учасників комунікації, комунікативна лінгвістика ставить за мету врахування всіх без винятку чинників спілкування, пов'язаних як із зовнішнім, так і з внутрішнім (культурним) контекстами цього процесу. Тому прагмалінгвістика постає як одна з найважливіших складових комунікативної лінгвістики, а не її термінологічний синонім. Комунікативна лінгвістика має ширшу сферу досліджень, яка, окрім прагматичної, охоплює семантичну й синтактичну складові засобів мовного коду.

*Функціональна лінгвістика*, яка вивчає механізми діючої мовної системи без впливу конситуативних чинників, розглядається мовознавцями, як найважливіша власне мовна складова комунікативної лінгвістики.

До комунікативної функції мови все активніше звертається *психолінгвістика*. Однак у центрі її уваги залишаються процеси утворення, формування і сприйняття мовлення в їх співвіднесеності з системою мови, засвоєння і використання її як певним чином організованої й автономної. Тобто у компетенції психолінгвістики продовжують перебувати аспекти мовленнєвої діяльності, обмежені мовною компетенцією носіїв певної мови (чи кількох мов). Значна ж частина проблем комунікативної компетенції перебуває поза межами психолінгвістики. З огляду на це психолінгвістику можна вважати складовою комунікативної лінгвістики, принаймні, напрямом досліджень, результати якого органічно вписуються в її проблемне поле.

*Теорію мовленнєвої діяльності* можна розглядати як методологічну основу комунікативної лінгвістики і психолінгвістики та одночасно особливий напрям у дослідженні мови. Дехто з лінгвістів вважає комунікативну лінгвістику і психолінгвістику розділами (складовими) теорії мовленнєвої діяльності. Підстави для цього є. У межах цього напрямку мовлення постає як активна, цілеспрямована і мотивована діяльність; досліджуються її функції, мотиви, зв'язок з мисленням, процесами породження і сприйняття повідомлень, дискурсів (текстів); вивчаються механізми мовлення, його види і типи, а також процеси оволодіння рідною та іноземною мовами. Водночас аспекти, пов'язані з психологічними станами учасників спілкування, їхніми ко-

мунікативними ролями і позиціями, а також комплекс проблем, який визначається конситуативними чинниками (реєстри, тональність, атмосфера тощо) спілкування, спеціально не розглядаються у межах теорії мовленнєвої діяльності, зосередженій на власне мовних механізмах переходу від Мови до Мовлення.

Існують зв'язки комунікативної лінгвістики і *соціолінгвістики*, яка розвивається на межі мовознавства, соціології, соціальної психології та етнографії. У полі зору соціолінгвістики перебувають проблеми, пов'язані з соціальною природою мови, її суспільними функціями, механізмами впливу соціальних чинників на мову і тією роллю, яку відіграє мова в житті суспільства. Досліджує соціолінгвістика також використання мови у процесах комунікації, зокрема мовленнєву поведінку учасників спілкування, процеси породження ними оптимальних варіантів побудови соціально коректних повідомлень, вияв соціальних норм, які детермінують мовленнєву поведінку учасників спілкування, механізми формування білінгвізму (лат. *bi*, від *bis* — двічі і *lingua* — мова) тощо. Психологічні, духовні, ситуативні та інші важливі аспекти спілкування людей перебувають поза проблемним полем соціолінгвістики.

Тісними є зв'язки комунікативної лінгвістики з *прикладним мовознавством*, зокрема риторикою, культурою мовлення, дискурс- та контент-аналізом різноманітних текстів масової інформації, рекламою. Закони комунікативної лінгвістики використовуються психотерапевтами, фахівцями з проблем нейролінгвістичного програмування тощо.

Отже, коло проблем, пов'язаних з використанням мови в найрізноманітніших ситуаціях людського спілкування з урахуванням усіх його складових — від глибинно-психологічних до різноманітних контекстних і ситуативних, у яких це спілкування відбувається, — формує предмет дослідження комунікативної лінгвістики, який відмежовує її від інших напрямів досліджень живої природної мови.

### Предмет і завдання комунікативної лінгвістики

**Предмет комунікативної лінгвістики.** Досліджуючи процеси спілкування, комунікативна лінгвістика знайшла своє місце в системі наук про мову. Український лінгвіст Михайло Кочерган (нар. 1936) предметом мово-

знавства визначає мову як притаманний лише людині засіб спілкування й окремі конкретні мови в їх реальному функціонуванні, у статичній й динамічній, в їх теперішньому й минулому, в усіх їх взаємозв'язках та взаємодії з іншими соціальними феноменами (суспільством, свідомістю, культурою тощо). Він зазначає, що проблеми сутності мови, її функцій, структури і розвитку є вкрай важливими, оскільки мова — необхідна умова мислення, існування й поступу суспільства. Через пізнання мови пролягає шлях до пізнання людини.

Отже, сучасне мовознавство багатопредметне і поєднує в собі різноманітні підходи і напрями досліджень. Зокрема, виділяють лінгвістику синхронну і діахронну, функціональну (динамічну) і статичну, традиційну і сучасну, теоретичну і прикладну, загальну і конкретну; проводяться дослідження у сфері філософії мови, соціолінгвістики, інтерлінгвістики, етнолінгвістики, психолінгвістики, етнопсихолінгвістики, нейролінгвістики, лінгвосеміотики, прагмалінгвістики, когнітивної лінгвістики, структурної лінгвістики, математичної лінгвістики, лінгвокібернетики, комп'ютерної лінгвістики, лінгвогеографії та інших напрямів досліджень мови. Усі вони мають свій предмет у межах загального об'єкта — людської мови у всіх її можливих виявах. *Предметом комунікативної лінгвістики є вивчення мови в реальних процесах спілкування (комунікації).*

Жива людська мова в спілкуванні виявляється як комунікативний код, тобто мова в складній взаємодії з елементами інших знакових систем (жестами, мімікою, поставами тіла, значущими рухами частин тіла, одягом, прикрасами, запахами тощо), ситуативними (час і місце спілкування, організація часу і простору спілкування тощо), соціальними (соціальні ролі учасників спілкування: начальник — підлеглий, колега — колега, викладач — студент), віковими (старший — молодший), гендерними (чоловік — жінка), психологічними і психічними (темперамент, настрій, душевний і духовний світ), фізіологічними (перебування у нетверезому стані) чинниками. Ці чинники значною мірою впливають на добір та організацію засобів мовного коду, формуючи категорії комунікативної лінгвістики, зокрема такі, як дискурс, реєстр, мовленнєвий жанр, мовленнєвий акт, повідомлення та ін.

Засоби мовного коду підлягають загальним законам спілкування, особливостям руху інформації в комуні-



кації, культурно-історичним впливам. Тому органічною складовою комунікативної лінгвістики є більш загальні форми вияву комунікації, її компонентів, проблеми спілкування в малих і великих мовних групах, міжкультурне спілкування, окремі аспекти масової комунікації.

Людське спілкування — особливий тип діяльності. З огляду на це комунікативна лінгвістика досліджує також окремі аспекти теорії мовленнєвої діяльності, породження і сприйняття мовлення.

Отже, питання, які вивчає комунікативна лінгвістика, перебувають у межах проблемного поля теоретичної лінгвістики (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Місце комунікативної лінгвістики в системі наук про мову

Однак існують глибокі зв'язки між комунікативною лінгвістикою як складовою теоретичної лінгвістики і конкретним (частковим) мовознавством. Вони виникають тому, що, спілкуючись, тобто використовуючи засоби мовного коду, люди спираються на елементи і категорії конкретних ідіоетнічних мов з їх неповторною організацією, зафіксованими в них мовними картинками світу, правилами і законами їх використання у спілкуванні.

Завдання комунікативної лінгвістики. Комунікативна лінгвістика, динамічно розвиваючись, постійно по-

глиблює і розширює свій предмет досліджень і тим самим виконує різноманітні теоретичні й прикладні завдання:

- розв'язання загальних наукових проблем, пов'язаних із формуванням знань про комунікативні процеси загалом, рух інформації в комунікації;

- вивчення проблем організації засобів мови (мовного коду) у різноманітних типах спілкування, у динамічних комунікативних ситуаціях;

- дослідження проблем міжособистісних стосунків у спілкуванні, зокрема в екстремальних і конфліктних умовах, а також вивчення законів і правил кооперативного (безконфліктного) спілкування як в одномовному середовищі, так і в міжкультурній комунікації;

- виявлення нових форм комунікативних (дискурсивних) практик, динаміки руху комунікативних потоків у сучасному суспільстві, специфіки спілкування з використанням нових комунікативних каналів, зокрема таких, як Інтернет, новітні телекомунікативні засоби тощо;

- формування практичних навичок безконфліктного спілкування під час дискусій, ділових розмов, переговорів тощо; відпрацювання рекомендацій щодо досягнення високого рівня етики спілкування, культури мовлення загалом; уміння виявляти і нейтралізувати патогенні тексти й дискурси;

- навчання практичному аналізу комунікативних ситуацій, які мають місце в щоденному житті й зафіксовані в кращих зразках художньої літератури;

- теоретико-методичне забезпечення навчальної дисципліни «Основи комунікативної лінгвістики».

Німецький філософ Мартін Гайдеггер (1889—1976) зазначав, що людина може вважати себе особистістю тільки в тому разі, якщо вона розуміє внутрішній світ іншої особистості. А цього можливо досягнути лише в комунікації, в міжособистісному спілкуванні.

## Методи комунікативної лінгвістики

Комунікативна лінгвістика як галузь лише почала формуватися. Тісні контакти її з семіотикою, прагматикою, соціологією, психологією, когнітологією та іншими сферами гуманітарного знання зумовили глибоке проникнення методів цих наук у дослідження комуніка-

тивних процесів. Саме тому можна стверджувати про семіотичний, прагматичний, структурний, пропагандистський та інші типи аналізу комунікативних процесів. З точки зору аналізу щоденного міжособистісного спілкування ці методи відіграють роль методологічних засад комунікативної лінгвістики.

**Семіотичний аналіз.** Полягає в дослідженні різновидів комунікації з опертям на знакову (семіотичну) природу складників спілкування. Серед розділів семіотики (науки про загальні властивості знаків і знакових систем) для комунікативної лінгвістики найважливішим є лінгвосеміотика, у межах якої досліджується людська мова з позицій загальних властивостей знаків і знакових систем.

Особливістю семіотичного аналізу є використання інструментарію, відпрацьованого лінгвістикою: намагання знайти сталі одиниці коду — знаки, зрозуміти особливості їх поєднання в одиниці вищого рівня, дослідити особливості їх використання людиною.

Складовими семіотики є:

— семантика (відношення знака до об'єктів реальної (або такої, яка вважається реальною) дійсності);

— синтактика (відношення знаків між собою у межах знакової системи);

— прагматика (відношення знака до людини і людини за допомогою знаків до об'єктів реальної дійсності).

Протягом усього ХХ ст. йшов активний пошук сталих структур у межах кожного з розділів семіотики і можливостей їхнього використання лінгвістикою, а з другої половини століття — комунікативною лінгвістикою.

**Прагматичний аналіз.** Сутність його — у вивченні людських вимірів комунікації, пов'язаність їх з мовними структурами. Психологічний тип людини, її настрої, світобачення, ставлення до співрозмовника тощо впливають на перебіг комунікації, її тональність і атмосферу. У центрі уваги прагматичного аналізу перебувають такі важливі поняття комунікації, як стратегії й тактики спілкування, оцінні аспекти людської взаємодії, закони, правила й конвенції спілкування тощо.

Класичні ідеї прагматики спілкування були висловлені в 60—70-ті роки ХХ ст. у працях британських філософів-аналітиків і логіків Джона Остіна (1911—1960), Джона Серля (нар. 1932), Пола-Герберта Грайса

(1913—1988) та ін. Саме ці дослідники сформулювали важливі для комунікативної лінгвістики ідеї мовленнєвих актів, перформативів, констативів, максим спілкування тощо.

**Структурний аналіз.** Полягає в дослідженні елементів кожного явища та їхніх зв'язків (структури). Мета структурного аналізу — вивчення певного явища (зокрема, мови) як цілісної функціональної системи, елементи й частини якої співвіднесені й пов'язані строгими зв'язками. Це несуперечливий, об'єктивний і економний опис фактів.

У мовознавстві найпоширенішими методиками структурного методу визнають дистрибутивний (вивчення дистрибуції, тобто розподілу окремих одиниць в тексті, дискурсі), безпосередніх складників (тобто подання синтаксичної структури комунікативної одиниці у вигляді ієрархії складових елементів), трансформаційний (визначення синтаксичних і семантичних подібностей і відмінностей між мовними об'єктами через подібності й відмінності в наборах їх трансформацій) і компонентного аналізу (розщеплення значення слова на складові елементи). Їх застосування у лінгвістиці ХХ ст. мало своїм наслідком детальний опис елементів і категорій усіх рівнів мовної системи.

Російський літературознавець Володимир Пропп (1895—1970) застосовував структурний аналіз для вивчення будови казок. Ідея В. Проппа була розвинута в працях французького семіотика й антрополога Клода Леві-Строса (нар. 1908) з метою аналізу комунікації у примітивно соціально організованих народів. Він уважав, що структура явища складається з елементів, які перебувають у динаміці. Досліджуючи структуру міфу примітивних етносів, учений застосовував відому методику структурного методу — опозиційний аналіз, опрацьований у фонології. Послугувався він також поняттям функції, запозичивши її у Проппа. Відомий французький літературознавець болгарського походження Цветан Тодоров (нар. 1939), аналізуючи інформаційну організацію художнього тексту, виділив два типи епізодів: одні описують стани, інші — переходи між станами. Він створив оригінальну структурну модель логіки взаємодії цих типів епізодів.

**Пропагандистський аналіз.** Застосовується у дослідженні масової комунікації (газети, радіо, телебачення,



реклама). Найпоширенішою схемою пропагандистського аналізу є схема британських дослідників Дж. Джоветта і В. О'Доннела:

- ідеологія і мета пропагандистської кампанії;
- контекст, в якому здійснюється пропаганда;
- ідентифікація пропагандиста;
- структура пропагандистської організації;
- цільова аудиторія;
- техніка, яка використовується засобами масової інформації;
- спеціальна техніка;
- реакція аудиторії на техніку впливу;
- контрпропаганда (якщо вона є);
- ефект та оцінки впливу пропаганди на аудиторію.

Пропагандистський аналіз акцентує на тому, коли і як подавати споживачам (читачам, глядачам) негативну і позитивну інформацію, як ці типи інформації сполучати, «дозувати» тощо. Методики пропагандистського аналізу спрямовані на вивчення групових норм, оскільки людина може чинити так, як чинить група, навіть якщо це буде всупереч її позиції, поглядам. Активно вивчається вплив візуальних засобів на споживачів інформації та інші проблеми масової комунікації.

Використовуючи ці методи і підходи, комунікативна лінгвістика виробила кілька власних методів дослідження спілкування: дискурс-аналіз, контент-аналіз і трансакційний аналіз.

**Дискурс-аналіз.** Це метод дослідження комунікації, який має своєю метою вияв соціального контексту, що стоїть за усним чи писемним мовленням, дослідження взаємозв'язку між мовним кодом у спілкуванні та соціальними, психічними, психологічними, культурними процесами.

Розуміння мови як безпосереднього спілкування, інтеракції — це ставлення до неї як до форми соціальної взаємодії, мовного коду, який увібрав у себе всі можливі стандартизовані (типові) моделі стосунків людей у певному суспільстві, соціокультурній спільноті. На формування дискурс-аналізу мали вплив деякі філософські, антропологічні та соціологічні концепції, насамперед теорія мовленнєвих актів, започаткована Дж. Остіном і Дж. Серлем. Згідно з нею одиницею комунікації потрібно вважати не речення чи висловлювання, а мовленнєвий акт, тобто власне мовленнєву дію, в якій зосередже-

ні інтенції (наміри, мотиви) мовця: запитати про щось, заспокоїти, привітати когось, висловити комусь співчуття, проконсультуватись у когось тощо. У цій концепції засоби мовного коду в комунікації розглядаються не як сукупність універсальних смислів, а як сфера дій, за допомогою яких люди в повсякденній практиці впливають на поведінку, думки й емоції оточуючих. При цьому наголошується на тісному зв'язку між діями за допомогою слів і соціальним контекстом їх уживання.

Найвідомішою і найпопулярнішою методикою дискурс-аналізу є *аналіз побутового діалогу*, або *конверсативний аналіз*. За допомогою цієї методики виявляють правила чергування реплік у діалозі, або правила переходу «права говорити» від одного співбесідника до іншого. Відповідно до цих правил виділяють, наприклад, типи пауз у поточному діалозі залежно від його тематики, тональності тощо.

Інша методика дискурс-аналізу — *аналіз суміжних пар*, тобто вивчення закономірностей уживання учасниками діалогу типових послідовностей реплік: питання — відповідь, привітання — привітання, запрошення — його прийняття чи відмова тощо.

Відкрито закони «вкладання» всередину суміжної пари іншої суміжної пари, наприклад, запитання 1: *Скажіть, будь ласка, як пройти до університету?* [Запитання 2: *Бачите ось той будинок?* Відповідь 2: *Так.*] Відповідь 1: *Там потрібно повернути направо.* Такі «вкладання» можуть бути багатоступеневими. У суміжних парах реакції (тобто другі частини) можуть бути такими, яким віддають перевагу, і такими, яким перевагу не віддають. Так, у випадку запрошення реплікою, якій віддають перевагу у кооперативному спілкуванні, є згода; відмова — реакція, якої в кооперативному спілкуванні учасники стараються уникати через категоричність й те, що її, як правило, супроводжує пауза-«заминка» і необхідність довшого мотивування причин відмови.

Отже, дискурс-аналіз — це передусім дослідження мовних аспектів комунікації, організації засобів мовного коду в спілкуванні особистостей.

**Контент-аналіз.** Це сукупність методик і прийомів об'єктивного і кількісного опису змісту і правил комунікації. Контент-аналіз охоплює статистичну семантику і техніку «висновування» змісту повідомлень, спира-

ючись на їхні об'єктивні й системні характеристики в спілкуванні (дискурсі, тексті).

Об'єктивність контент-аналізу полягає в тому, що:

— кожен крок і висновки дослідження робиться лише з опертям на заздалегідь опрацьовані процедури;

— встановлення комунікативного факту має значення лише тоді, коли воно поставлене в залежність від характеристик адресанта і/або адресата.

Основа контент-аналізу — встановлення елементарної одиниці та об'єктивні (кількісні) характеристики її функціонування у межах дискурсу (тексту). Такою найменшою одиницею є *слово* як *символ*. Більшими одиницями є *тема*, а в художньо-белетристичному дискурсі, тобто у межах естетичної комунікації, — *ідея, характер, тип, образ*.

Найчастіше контент-аналіз застосовується у дослідженні формування і функціонування соціальних оцінок, пропаганди, журналістики, психології комунікації, психоаналітичних дослідженнях міжособистісного спілкування. Контент-аналіз дієвий у вивченні відмінностей культур, дослідженні прецедентних і патогенних текстів і дискурсів; відмінностей мовлення та комунікативної поведінки психічно хворих і здорових людей тощо.

Важлива умова контент-аналізу — використання великої кількості досліджуваного матеріалу (дискурсів, текстів), а тому існує необхідність залучення комп'ютерних програм.

**Трансакційний аналіз.** Після виходу в світ праць американського психоаналітика Еріка Берна (1910—1970) «Люди, які грають в ігри. Психологія людської долі» та «Ігри, в які грають люди. Психологія людських стосунків» комунікативна лінгвістика збагатилася ідеями трансакційного аналізу.

**Трансакційний аналіз** (лат. *trans* — *крізь* і *акційний*) — аналіз міжособистісних стосунків з опертям на засоби мовного і паралінгвального (жести, міміка, постанти тіла тощо) кодів; аналіз спілкування із врахуванням психологічних ігор, в яких виявляються «его-стани» мовців, та «сценаріїв», відповідно до яких часто підсвідомо діють учасники спілкування.

Трансакційний аналіз використовує чотири підходи:

— структурний підхід (досліджується окрема особистість з точки зору домінантних «его-станів»);

— власне трансакційний підхід (аналізуються мовні вчинки учасників спілкування);

— ігровий підхід (вивчаються приховані трансакції комунікантів, підсвідомо гра, яку ведуть учасники спілкування);

— сценарний підхід (досліджуються типові «сценарії», які керують мовною і немовною поведінкою людей у спілкуванні).

Трансакційний аналіз, використовуючи введені Е. Берном поняття таких «его-станів» мовців, як «Батько», «Дорослий» і «Дитина», допомагає встановити закономірності перебігу живих щоденних побутових діалогів, розмов, сварок, суперечок. Спілкування з людьми (наприклад, начальником на роботі, продавцем у магазині, товаришем у компанії тощо) може вестись по-різному, залежно від психологічного стану людини, теми спілкування, результату, якого хоче досягти адресант. При цьому кожен із учасників спілкування користується відповідними засобами мовного коду, паралінгвістичними засобами і немовленнєвими діями (вчинками).

Спілкування може бути ефективним лише в тому разі, коли воно відбувається з використанням однієї мови, тобто коли Батько розмовляє з Батьком, Дорослий з Дорослим, Дитина з Дитиною. Якщо один зі співбесідників, типовий бюрократ, розмовляє мовою Батька, а інший — мовою Дорослого, то таке спілкування може закінчитись комунікативною невдачею. Дослідниками міжособистісного спілкування доведено, що низка мовленнєвих жанрів сформувалась саме для обслуговування комунікативно-психологічних ролей Батька (наказ, інструкція, погроза, осуд та ін.), Дорослого (лекція, виступ на зборах, розповідь-історія тощо) і Дитини (сварга, вихвалання, висловлення радості та ін.).

Трансакційний аналіз — це вивчення інтерактивної складової комунікації, зв'язків і взаємовпливів учасників спілкування. Врахування дослідником названих «его-станів» комунікантів — важлива умова аналізу комунікативних ситуацій.

Отже, міждисциплінарні зв'язки комунікативної лінгвістики, її методи і методики, а також постійне зростання значення теорії комунікації загалом свідчать про значне зростання її ролі у дослідженні проблем функціонування суспільства, пізнанні сутності людини як «істо-



ти, що говорить». Існує думка, що ХХІ ст. стане віком кібернетики і лінгвістики, у межах якої комунікативна лінгвістика відіграватиме провідну роль. Ще в 1990 р. російський лінгвіст Борис Городецький (нар. 1929) зазначав: «З часом наука про мову вбере в себе науку про комунікацію, так як наука про комунікацію вбере в себе науку про мову: це буде одна наука. Ми перебуваємо ще тільки на самому початку шляху. Але тих, хто йде по ньому, стає все більше».

### Запитання. Завдання

1. Поясніть сутність комунікативної лінгвістики.
2. Охарактеризуйте базові поняття комунікативної лінгвістики.
3. Визначте найважливіші категорії комунікативної лінгвістики, пов'язані з організацією спілкування; з організацією мовного коду; із зовнішнім впливом на спілкування; з міжкультурною комунікацією.
4. Визначте прикладні аспекти комунікативної лінгвістики.
5. Охарактеризуйте зв'язки комунікативної лінгвістики з іншими науками.
6. Сформулюйте предмет і завдання комунікативної лінгвістики як навчальної дисципліни.
7. Яка роль курсу комунікативної лінгвістики в підготовці вчителів-словесників?
8. Охарактеризуйте найважливіші методи комунікативної лінгвістики.

# 2.

## Природа, компоненти і форми комунікації

*Людина виокремилась зі світу, що її оточує, і піднялася над ним завдяки мисленнєвій і мовленнєвій діяльності, спілкуванню за допомогою виняткової знакової системи — природної мови. Спілкування (комунікація) — особливий тип людської діяльності, поряд з діяльністю когнітивною (мисленнєвою), трудовою, ігровою та ін. Комунікація в суспільстві здійснюється за певними законами, у межах віками відпрацьованих моделей, ustalених форм. Зв'язки мислення і мовлення втілюються передусім у процесах породження і сприйняття мовлення, які, в свою чергу, відбуваються за певними мисленнєво-мовленнєвими законами і правилами.*

### 2.1. Природа спілкування і комунікації

Спілкування людей — складний процес взаємодії особистостей у конкретному часовому й просторовому вимірі. Будь-які стосунки людей з використанням мови мають багато спільних ознак, що дозволяє стверджувати про спілкування як універсальну категорію.

## Спілкування і комунікація. Функції спілкування

**Сутність спілкування і комунікації.** Життя і діяльність суспільства неможливі без спілкування людей, оскільки воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Процес спілкування значною мірою визначає добробут, ефективність дій, настроїв людей тощо. Наприклад, фахівці в галузі створення та впровадження нової техніки вважають, що сама технічна ідея лише на 20 % забезпечує успіх нової розробки; 80 % успіху залежать від спілкування: слід довести нову ідею до спеціалістів, переконати, що вона є новою та ефективною, одержати дозвіл на апробацію, знайти охочих взяти участь у впровадженні, «проштовхнути» в реалізацію, використовуючи рекламу та інші засоби тощо. А успіх у вихованні дітей, нормальне функціонування сім'ї залежать саме від спілкування, його якості й організованості.

Часто у побутовому мовленні, а іноді й у науковій літературі спілкування ототожнюють з комунікацією. Однак поняття «спілкування» і «комунікація» різняться між собою. Поняття «спілкування» є більш загальним, а «комунікація» — конкретним, що позначає лише один із типів спілкування.

*Спілкування — сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінями, навичками та результатами діяльності.*

Це комплексне поняття, що охоплює всі можливі типи процесів взаємозв'язку і взаємодії людей: інформаційний (обмін інформацією), інтерактивний (зв'язки і впливи учасників) і перцептивний (сприйняття органами чуттів).

Схематичну структуру спілкування зображено на рис. 2.1.

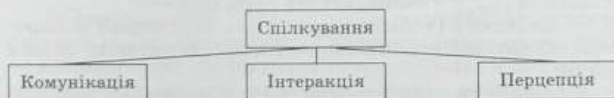


Рис. 2.1. Структура спілкування

Спілкування — одна з необхідних і всезагальних умов формування і розвитку суспільства й особистості. Комунікація ж, як правило, пов'язана лише з інформаційним зв'язком.

**Комунікація** (лат. *communico* — спілкуюсь із кимось) — смисловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування.

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудової діяльності.

В аспекті знакових систем комунікація постає як процес, у якому учасники оперують значеннями за допомогою символічних повідомлень, тобто як операція з інформацією. У широкому розумінні слова, вважає сучасний німецький лінгвіст Е. Гроссе, «комунікація є акцією спілкування за допомогою знаків (мовних і немовних), що слугує меті передавання інформації незалежно від способу та намірів». Термін «комунікація» можна вживати як синонім терміна «спілкування» з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні.

**Функції спілкування.** Спілкування в сучасному інформаційно насиченому суспільстві виконує такі функції:

- контактну (встановлення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати повідомлення та підтримувати взаємний зв'язок до завершення акту спілкування);

- інформаційну (обмін інформацією, описами, запитаннями та відповідями);

- спонукальну (заохочення партнера, аудиторії або ж самого себе до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних, духовних та інших дій);

- координаційну (взаємне орієнтування й узгодження дій учасників спілкування щодо їх спільної діяльності);

- пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень, а також взаємне розуміння намірів, установок, переживань, станів один одного);

- емотивну («обмін» емоціями, збудження у партнера, аудиторії певних переживань, психічних станів тощо);

- налагодження стосунків (усвідомлення і фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків);

- впливову (спрямування на зміну стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери партнера: намірів, поглядів, думок, рішень, уявлень, потреб, рівня активності, смаків, норм поведінки, оцінних критеріїв тощо).



У процесі спілкування ці функції тісно взаємодіють; може також переважати якась одна або декілька.

Функції комунікації визначають її роль у суспільстві:

1. Комунікація як міжособистісний (соціальний) процес і вид соціальної діяльності є одним із найважливіших чинників формування суспільства. У ньому вона виконує «цементуючу» роль.

2. Комунікація — найважливіший «механізм» формування індивіда як соціалізованої особистості, пов'язаної з конкретним етносом, його культурою, історією, психологією тощо, тобто специфікою світосприйняття, світобачення.

3. Комунікація загалом сформувала людину як вид *homo sapiens* (мисляча людина), виділила його зі світу тварин, «прив'язавши» засобами референції (лат. *refero* — повідомляю), тобто виділення, позначення всього того, що її оточує, саме до «цього світу», зорієнтувала в ньому, сприяла розвитку розуму як одного з найважливіших центрів сприйняття та осмислення світу.

4. Комунікація є засобом корекції соціального вияву індивіда або групи.

5. Комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання й передавання інформації між генераціями і в межах однієї генерації.

6. Комунікація сприяє синхронізації життя суспільства у часі та просторі.

Отже, охоплюючи перцептивну, інтерактивну і комунікативну складові, комунікація постає найважливішим чинником соціальної організації суспільства, неунікною складовою щоденного життя кожної людини.

### Відмінності спілкування людей і тварин

Із семіотичного погляду мова — природна знакова система (тобто невигадана) і водночас невроджена (тобто небіологічна). До природних вроджених (біологічних) семіотичних систем належать «мови» тварин. Це — найістотніша відмінність між людською мовою і «мовами» тварин, з якої постають усі інші відмінності, передусім пов'язаність людської мови з культурною історією людства.

Найважливіші відмінності у спілкуванні людей і тварин полягають у тому, що:

1. Мовне спілкування людей біологічно нерелевантне, на відміну від біологічно релевантного (який сприяє розрізненню мовних одиниць) спілкування тварин. Наприклад, виділення бджолою маткою спеціальної маточної речовини, яка є важливою для біологічного циклу бджолиного рою; запахи в комунікації тварин і комах; форма польоту самки метелика-перламутрівки тощо.

З біологічною нерелевантністю процесу мовного спілкування у людей пов'язана немотивованість форми знака щодо його змісту. Ця важлива особливість семіотичних систем значно розширює їхні комунікативні можливості. В іншому разі зміст мовлення не міг би вийти за межі інформації про біологічний стан особи. Звідси бідність і обмеженість семантики вигуків.

Біологічна нерелевантність мовлення зумовила створення вторинних (стосовно звукового мовлення) засобів кодування мовної інформації — письма, азбуки Морзе, морської прапорцевої сигналізації, азбуки Брайля та ін.

2. Мовне спілкування людей тісно пов'язане з пізнавальними процесами, тобто, як зазначав російський психолог Лев Виготський (1896—1934), воно є «єдністю спілкування й узагальнення». А знаки-повідомлення у тварин (спів птахів, ультразвук риби, крики, рик, гавкіт, клекіт, весільні ігри, постави покірності або погрози тощо) є реакцією на подію, що вже відбулася, і одночасно стимулом до аналогічної реакції (або аналогічного емоційного стану) в інших. У такому «повідомленні» немає інформації про те, що саме викликало певний сигнал. Виготський зазначав, що «зляканий гусак, який бачить небезпеку і криком піднімає всю зграю, не так повідомляє їй про те, що він бачив, як заражає її своїм переляком». При цьому, наприклад, у стаді мавп звук про небезпеку буде одним і тим самим на змію, черепаху, шарудіння в кущах, і звук благополуччя залишаться однаковим незалежно від того, чого стосується — появи сонця, їжі чи повернення у стадо одного з його членів.

У людини ж навіть саме сприйняття певною мірою опосередковане мовою. Мова — це своєрідна призма, крізь яку людина бачить дійсність, проектуючи на неї за допомогою мови суспільний досвід.

3. Мовне спілкування людей є змістовим. Позачасове, вічне й миттєве, загальне й індивідуальне, абстрактне і конкретне, раціональне й емоційне, власне інформатив-

не і спонукальне — усі можливі види змісту доступні мові. «Мова — це здатність сказати все», — зазначав французький лінгвіст Андре Мартіне (нар. 1908).

У комунікації ж тварин домінує експресивна інформація й інформація спонукальна. Це завжди миттєва інформація про те, що відбувається на даний момент.

4. Структура людської мови має *рівневу* будову з різними типами елементів на кожному рівні, що є основою *членоподільності* мови, її гнучкості, компактності, можливості вираження нових смислів.

У тварин немає знаків різних рівнів. Так, за даними зоопсихології, у «мовах» мавп використовується до 30 звукових сигналів, які відповідають 30 стандартним ситуаціям (значенням), і вони не розкладаються на компоненти. Тобто повідомлення у тварин є нечленоподільним, однорівневим, пов'язаним із невеликим набором початкових значень. Виформування складних знаків (і значень) із простих неможливе.

Отже, мовне спілкування людей суттєво відрізняється від спілкування у світі тварин. Однією з найістотніших відмінностей є діяльнісна, цілеспрямована природа людської комунікації, що дає змогу їй виконувати в суспільстві важливі соціальні функції, бути найважливішою складовою спілкування.

### Спілкування як діяльність. Типи спілкування

Спілкування як процес розгортається послідовно, має плин (інколи значний) у часі, здійснюється під контролем свідомості учасників, тобто має всі ознаки діяльності.

Засновники теорії мовленнєвого спілкування — Л. Виготський, О. М. Леонтьєв, О. Лурія, О. О. Леонтьєв, Т. Ахутіна (Рябова) та інші вважають комунікацію різновидом людської діяльності загалом, мовленнєвою діяльністю (МД) поряд з трудовою, ігровою, пізнавальною та ін. Саме в діяльності відбувається перехід об'єктивного відображуваного в суб'єктивний образ, в ідеальне.

З психологічного погляду будь-яка діяльність певним чином структурована. Л. Виготський і його послідовники вважають, що найважливішими складовими діяльності є:

1. Мотив — причина, поштовх до початку діяльності. Мотиви можуть бути найрізноманітнішими і стосуватись практично всіх сфер людського життя: фізичної, фізіологічної, інтелектуальної, духовної.

2. Мета — усвідомлене уявлення про результат, якого необхідно досягти в процесі діяльності. Мета тісно пов'язана з мотивом діяльності й впливає на її подальший перебіг.

3. Дія — здійснення чого-небудь з конкретною метою, яка впливає із загальної мети.

4. Операція — спосіб здійснення дії. Операції співвідносні з умовами досягнення мети (місцем, часом, оточенням, ситуацією, контекстом, різноманітними внутрішніми та зовнішніми впливами тощо).

Діяльність — динамічна система, у межах якої постійно відбуваються трансформації: акт діяльності може втрачати мотив і перетворюватися на дію, яка реалізує іншу діяльність; і навпаки, дія може набувати самостійної спонукальної сили й стати актом діяльності; дія може трансформуватись в операцію, почати реалізовувати різноманітні типи мети.

Класифікують діяльність за різними ознаками:

- за якісною специфікою (трудова, ігрову, пізнавальну);

- за сферами вияву (зовнішню, або матеріальну, і внутрішню, або теоретичну);

- за результатами (конструктивну і деструктивну);

- за мірою участі творчого начала (творчу, або пошукову, і рутинну, або автоматизовану);

- за участю складових найважливіших сфер вияву людини (когнітивну, психічну, психологічну, духовну, фізичну, фізіологічну та ін.).

Ці та інші типи діяльності можуть трансформуватись один в інший, супроводжувати інші типи тощо.

За цією класифікацією мовленнєва діяльність (МД) належить до внутрішньої, творчої, когнітивно-психічної з різною мірою конструктивності. Вона, як зазначає О. М. Леонтьєв, є істинною діяльністю, що зберігає загальну структуру людської діяльності, у якій би формі не здійснювалася. Ця діяльність не може бути виключена із суспільного процесу.

Діяльність завжди здійснюється свідомо. Усвідомлення може реалізовуватись лише в тому разі, коли предмет постане перед суб'єктом як застиглий образ, тобто своїм ідеальним виявом. Виділення цього вияву первісно



відбувається у процесі мовного спілкування, в актах словесного означення; словесно означене і стає усвідомленим, а сама мова стає субстратом (основою) свідомості.

Отже, МД, як і будь-яка інша діяльність, має мотиви, мету (цілі), специфічні дії та операції. Водночас МД — це певна абстракція, не зіставна з іншими видами діяльності, наприклад працею або грою, оскільки обслуговує всі види діяльності і є складовою кожного.

МД як спілкування із застосуванням засобів мовного коду є одним із виявів знакової діяльності людей і її основним видом, який логічно й генетично передуює решті її видів.

Важливою теоретичною проблемою є співвідношення мовленнєвої діяльності та діяльності спілкування. Оскільки МД — це спеціалізоване використання мовлення, то в такому сенсі — це елемент діяльності спілкування.

На думку деяких дослідників, теорія мовленнєвої діяльності (ТМД) має дві складові: психолінгвістику і комунікативну лінгвістику (теорію мовленнєвої комунікації). До компетенції *психолінгвістики* належить вивчення внутрішніх, психофізіологічних умов породження і сприйняття мовленнєвого висловлювання. Вона орієнтується на психологію особистості. *Комунікативна лінгвістика* досліджує психосоціальні умови породження і сприйняття мовленнєвого висловлювання, мовленнєве спілкування особистості, орієнтується, крім психології особистості, і на соціальну психологію, яка оперує поняттєвим апаратом для дослідження особистостей, що спілкуються і взаємодіють. Отже, комунікативну лінгвістику можна вважати соціопсихолінгвістикою.

Мовленнєве спілкування — це передусім соціальна взаємодія, оскільки, як зазначають сучасні російські психолінгвісти Ю. Сорокін, Є. Тарасов і О. Шахнарович, в нього люди вступають не для того, щоб обмінятися інформацією — це завжди лише засіб для досягнення іншої, немовленнєвої мети, яка може і не усвідомлюватися комунікантами... У повсякденній свідомості, що актуалізується в спілкуванні, відображаються соціальні відносини (національні, класові, групові, трудові, міжособистісні та ін).

**Типологія спілкування.** Існує кілька типологій спілкування за різними критеріями:

1. За участю чи неучастю мови (мовного коду): *вербальне* (словесне, від лат. *verbum* — слово) або *невер-*

бальне спілкування. До засобів невербального спілкування належать міміка, жести, постава, тип одягу, зачіска тощо, а також інтонація, тембр голосу тощо.

2. За формою реалізації засобів мовного коду: *усне спілкування* (сприяє швидкому реагуванню сторін, що спілкуються, передає всі нюанси розмови); *письмове* (більш формалізоване, може бути розірване в часі й просторі (наприклад, листування)); співрозмовниками можуть бути незнайомі люди (наприклад, художня комунікація, ділове спілкування тощо); *друковане* (характеризується уніфікаційними особливостями). Окремо виділяти його запропонував представник Празького лінгвістичного гуртка (20—30-ті роки XX ст.) чеський мовознавець Йозеф Вахек (1909—1996).

3. За темою спілкування: *політичне, наукове, побутове, релігійне (фідеїстичне), філософське, навчально-педагогічне, виховне* та ін. Теми, які порушуються в спілкуванні, мають вплив на його перебіг.

4. За метою спілкування: *ділове спілкування* (переслідує конкретну предметну або інформаційну мету); *розважальне* (проведення часу в спілкуванні).

5. За мірою офіційності: *офіційне спілкування* (відбувається у формальних комунікативних ситуаціях: начальник — підлеглий, колега — колега, покупець — продавець тощо); *неофіційне* (відбувається в неформальних комунікативних ситуаціях, без необхідності обов'язкового підтримання статусних норм комунікації; це спілкування друзів, приятелів, закоханих тощо).

6. За мірою контрольованості: *формальне спілкування* (відбувається в офіційних ситуаціях, які контролюються і регламентуються (наприклад, переговори)); *неформальне* (відбувається у ситуаціях з невимушеністю розмови (бесіда друзів)).

7. За кількістю співрозмовників: *внутрішнє* (комунікант спілкується сам із собою); *міжособистісне* (спілкуються двоє); *комунікація в межах малої мовної групи* (3—5 комунікантів); *публічне* (20—30 і більше). Його різновиди: активний промовець і пасивна аудиторія; учасники пов'язані спільним виконанням обов'язків — ієрархічна комунікація; *масова комунікація* (1000 і більше учасників). Пов'язана зі спілкуванням за допомогою газет, журналів, телебачення, радіо, Інтернету тощо; *міжнародна та міжкультурна комунікації* (відбувається між представниками різних етносів,

народів, рас тощо. Однією з її форм є телевізійні мости, учасниками яких можуть бути мільйони глядачів і слухачів).

8. За соціальними чинниками: *особистісно зорієнтоване* (скероване на встановлення особистісних стосунків, передусім духовних, товариських) і *соціально зорієнтоване* (скероване на встановлення статусних, ролевих, ієрархічних тощо стосунків, наприклад начальник — підлеглий).

9. За формою спілкування: *закрите спілкування* (спілкування, за якого зміст розмови перебуває ніби на задньому плані, а на передньому — сам процес спілкування, його форма і правила (світське спілкування, розмови на загальні теми)); *відкрите* (у ньому порушуються будь-які теми, висловлюється власна точка зору (ділова розмова, розмова друзів, закоханих)); *змішане спілкування* (має в собі елементи обох типів спілкування: викладач — студент, лікар — пацієнт тощо).

10. За свободою вибору партнера: *ініціативне спілкування* (співбесідники мають змогу вибирати своїх партнерів по комунікації, уникати спілкування з неприємними людьми); *вимушене спілкування* (людина вступає у нього незалежно від своїх бажань (розмова з начальником)).

11. За скерованістю стосовно адресанта, адресата і об'єкта комунікації: *активна гетерокомунікація* (мовець і адресат є одночасно суб'єктом щодо себе і суб'єктом щодо іншого та об'єктом щодо себе та об'єктом щодо іншого; це звичайна діалогова система); *аутокомунікація*, або *інтрасуб'єктивна квазікомунікація* (суб'єкт одночасно є адресантом і адресатом (внутрішній діалог), тобто є об'єктом щодо себе безпосередньо); *пасивна псевдоадресація* (суб'єкт має фіктивного адресата, репрезентуючи природну знаковість); і *псевдомовлення* (суб'єкт є псевдомовцем в акті простих фізичних дій). Разом з тим, факт відсутності конкретного адресата не завжди перетворює описову ситуацію на квазімовленнєвий акт, оскільки потребує активної роботи читача; *псевдоспілкування* («розмови» з тваринами, рослинами, неживими об'єктами тощо).

12. За тривалістю: *постійне* (переважає у колективах і сім'ях); *періодичне* (у випадку кількаразових зустрічей, наприклад з лікарем); *короткотривале* (спілкування з попутниками в транспорті, в черзі); *довготривале* (з друзями тощо).

У межах соціальної психології виділяють типи спілкування з урахуванням соціальних характеристик його учасників. Ними можуть бути: індивіди ( $I$ ), соціальні групи ( $\Gamma$ ) (множини людей зі спільними соціальними ознаками: сім'я, родичі, друзі тощо) і масові сукупності людей ( $M$ ) (множини випадково зібраних людей: натовп, пасажери транспорту тощо). Види комунікативної діяльності, активними суб'єктами котрих виступають  $I$  або  $\Gamma$ , або  $M$ , називають мікрокомунікацією, мідікомунікацією, макрокомунікацією. У межах цих типів комунікації спілкування може виявлятися як наслідування ( $n$ ), діалог ( $\partial$ ), управління ( $y$ ).

Зв'язки між видами комунікації формують рівні комунікації. Співвідношення видів та рівнів комунікації подано у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Співвідношення видів та рівнів комунікації

Мікрокомунікація	Мідікомунікація	Макрокомунікація	Види комунікацій
			Рівні комунікацій
	—	—	Міжособистісна комунікація
		—	Групова комунікація
			Масова комунікація

Останніми роками комунікацію розглядають на предмет істинності — неістинності інформації. З урахуванням інтенції (задум, прагнення, намір) мовця та інтерпретанти (пояснення, трактування) виділяють такі типи комунікації:

— псевдоінформування (подання відомої інформації як нової);

— дезінформування (повідомлення інформації, яка не відповідає дійсності);



— параінформування (асоціативні натяки, латентні (приховані) смисли));

— метаінформування (обман, мотивована брехня).

Отже, комунікативна лінгвістика розглядає процес мовленнєвого спілкування як соціальну міжособистісну інтеракцію із специфічними складовими, типами і законами.

## Основні закони спілкування

У комунікації, як і в системі мови, діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комунікативні закони нежорсткі, з плином часу можуть змінюватися, мають національну специфіку. Водночас за необхідності вони виявляються у будь-яких типах міжособистісного і масового спілкування, а тому їх можна вважати об'єктивними законами комунікації.

*Комунікативні закони* — найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні у всіх типах групового і масового спілкування.

Реалізуються вони незалежно від того, хто конкретний спілкується, з якою метою, в якій ситуації тощо.

Крім комунікативних законів (загальних законів), у спілкуванні людей з участю мови діють також правила спілкування. Їх слід розрізняти, оскільки вони є виявом особливостей процесу комунікації, які повторюються, але значною мірою залежать від конкретних складових та умов спілкування (психологічних станів учасників, конкретної ситуації, тематики тощо).

*Правила спілкування* — рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу.

Вони засвоюються шляхом наслідування і навчання й реалізуються в спілкуванні переважно автоматично.

Російський мовознавець і фахівець з теорії та практики ефективної комунікації Й. Стернін виокремлює низку основних законів спілкування.

*Закон дзеркального розвитку спілкування:* співбесідники у процесі спілкування імітують стиль один одного. Ця імітація відбувається автоматично, підсвідомо.

мо. Наприклад, якщо в розмові хтось раптом починає говорити пошепки, інші мимоволі звертають на це увагу і понижують гучність голосу. І навпаки, якщо співбесідник починає говорити голосно, інші учасники спілкування відчують бажання підвищити голос.

Дія закону віддзеркалення починається тоді, коли хтось із учасників спілкування відхиляється від його норм. У разі зародження конфлікту дію цього закону можна нейтралізувати: якщо хтось починає кричати, а йому демонстративно відповідають тихо й повільно, то співбесідник обов'язково (за законом віддзеркалення) стане говорити тихіше.

Цей закон впливає на тематику розмов, поставу тіла учасників спілкування, ритм їхніх рухів, навіть дихання. Він дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікантами, тобто є одним із найважливіших принципів безконфліктного спілкування.

**Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль:** ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям. Тобто чим більше комунікативних зусиль затрачає адресант, тим вища ефективність його мовленнєвого впливу.

Ефективність спілкування відрізняється від ефективності, наприклад, у виробництві, в якому вона пов'язана з мінімізацією затрат. У спілкуванні ж, навпаки: щоб досягти комунікативного успіху, необхідно застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватись законів, правил, конвенцій спілкування, норм етикету тощо, тобто затрачати більше зусиль. Досвід свідчить, що коротко висловлені прохання і розпорядження виконують з меншим бажанням, оскільки вони сприймаються як неввічливі, агресивні.

**Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів:** чим довше говорить мовець, тим неухважніші й нетерплячіші його слухачі. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди видається приблизно вдвічі довшою від першої, а останні десять хвилин — утричі довшими за перші десять. Отже, ефективне мовлення повинне бути коротким і тривати не довше 10 хвилин.

**Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності:** чим більше людей слухає промовця, тим нижчим є середній рівень інтелекту аудиторії. Тобто в цьому законі знаходить своє втілення

«ефект натовпу», який полягає в тому, що в натовпі людина гірше мислить логічно; домінує права півкуля головного мозку, яка «відповідає» за емоції. Тому в натовпі посилюються емоційні реакції й послаблюється інтелектуальна діяльність, знижується критичність сприйняття, людина стає довірливішою і легше піддається впливам оточення. З огляду на це лектору, оратору, проповіднику слід брати до уваги кількість слухачів. Найважче переконати одного слухача.

**Закон комунікативного самозбереження:** людина у спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею комунікативну рівновагу. Так, нова ідея, висловлена співбесіднику, як правило, спершу ним піддається сумніву, навіть відхиляється. Згодом вона може бути схваленою. Чи, наприклад, мовець переважно стримується від висловлювання своєї точки зору під загрозою її критики або заперечення. Впливом цього закону багато в чому обумовлена комунікативна поведінка у групі: людині простіше пристосуватися до поведінки групи, ніж протистояти їй. Це явище підкорення груповій комунікативній поведінці.

Закон комунікативного самозбереження дає змогу людині підтримувати внутрішній спокій, рівновагу, відкидаючи дратівливу інформацію, трансформуючи її в спокійнішу.

**Закон ритму спілкування:** співвідношення говоріння і мовчання в мовленні кожної людини — величина постійна. У кількісному вияві вона становить приблизно 1:23. Отже, людина говорить менше, ніж мовчить. Цей закон діє в житті кожної людини чітко. Звичний ритм спілкування необхідно витримувати. В іншому разі з'явиться психічний неспокій, можливі стреси, погіршення настрою і загального стану здоров'я.

Співвідношення говоріння і мовчання варіюється залежно від багатьох чинників, насамперед професійних. Наприклад, учителі, викладачі, актори, продавці та деякі інші категорії людей говорять багато, а тому потребують відпочинку від говоріння; люди похилого віку, хворі тощо, тобто «виключені» в силу обставин зі звичного ритму говоріння, потребують більшої уваги, «задіяності» в говорінні: вони повинні «набрати» певний обсяг спілкування.

Ритм спілкування залежить від статі — жінки відчують більшу потребу в говорінні, ніж чоловіки; від

віку — у дітей і молоді величезна потреба у спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в похилому віці знову зростає. Існує також національна специфіка реалізації цього закону. Мало розмовляють фіни, естонці, шведи, норвежці, народи Півночі; значно активніше спілкуються італійці, іспанці, французи. Українці належать до народів з великим обсягом словесного спілкування.

**Закон мовленнєвого самовпливу:** словесне втілення ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію у мовця. Як свідчить практика, словесне втілення певної думки дає змогу людині впевнитися в ній, остаточно утвердити її для себе. Відомий старий анекдот: «Іване, я тобі вже двадцять разів пояснювала, сама нарешті зрозуміла, а ти все ще не розумієш!». На цьому законі, зокрема, ґрунтується аутогенне тренування, в основі якого — словесні команди, які подає людина сама собі і які регулюють її психічні та фізичні стани: «Я спокійний, серце б'ється рівно, у мене хороший настрій» тощо.

**Закон довіри до зрозумілих висловлювань:** чим простіше мовець висловлює свої думки, тим краще його розуміють і більше йому вірять. Йдеться про апеляцію до вічних і простих істин. Цей закон стосується також форми висловлення згаданих істин: вона не повинна бути ускладненою.

**Закон притягування критики:** чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять і критикують її вчинки. Дію цього закону пояснюють психологічно: все, що привертає увагу, стає предметом обговорення; концентруються ж переважно на недоліках людей, що певним чином виділилися, з метою опустити їх до свого рівня. Американський фахівець з проблем спілкування Дейл Карнегі зазначав: «Не сварять лише пень від зрубаного дерева, ти ж не можеш стати пнем». Американський менеджер Ел Ньюхарт зауважував: «Не звертайте увагу на тих, хто у всьому вам перечить. Коли ви досягнете успіху, насмішки перетворяться на поздоровлення. Ті, хто сміявся над вами, почнуть сміятися разом з вами».

**Закон самовиникнення інформації:** у разі дефіциту інформації в певній групі спілкування інформація самопороджується у вигляді чуток. Раз народившись, вони можуть стати причиною появи інших чуток.

**Закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки учасників спілкування:** якщо співбесід-



ник у спілкуванні порушує комунікативні норми, інший співбесідник змушує його змінити комунікативну поведінку. Цей закон конкурує із законом віддзеркалення: перемагає один із цих законів, залежно від ситуації, особистостей учасників спілкування, їхніх комунікативних ролей, статусів, психології, ментальних станів тощо.

**Закон прискореного поширення негативної інформації:** інформація негативного змісту має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна. Дія цього закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, оскільки позитивне швидко сприймають за норму і перестають обговорювати.

**Закон спотворення інформації («зіпсутого телефону»):** будь-яка інформація, яку передають у групі спілкування, спотворюється в процесі передавання. Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають. Причини спотворення — суб'єктивна інтерпретація інформації кожною особою, яка її отримує, а також дія «правила коментування», тобто особистісного ставлення до змісту інформації. Спотворення спричиняється також невмінням слухати співбесідника, іноді — небажанням демонструвати те, що все зрозуміло.

**Закон емоційної афіліації («зараження»):** особи, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднатися в групу і спілкуватися один з одним. Збуджені люди створюють групи і навіть натовпи; люди в поганому настрої шукають друзів по нещастю; веселі людині хочеться спілкуватися з веселими партнерами.

**Закон мовленнєвого посилення емоцій:** емоційні вигуки людини посилюють емоцію, яку ця людина переживає в даний момент. Встановлено, що словесна констатація емоції посилює її в півтора-два рази. Це явище активно використовують у пропаганді, рекламі, деяких медитативних і релігійних практиках.

**Закон мовленнєвого поглинання емоцій:** у разі послідовної вдумливої розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається мовленням і щезає. Висловлене у зв'язній розповіді емоційне переживання і вислухане кимось «щезає» разом зі словами, використаними для розповіді. Слова ніби всмоктують емоцію, забирають її в людини. Це явище відоме як «поскаржитись комусь на життя».

Ще однією формою вияву цього закону є емоційне мовлення, навіть інвективне (викривальне, образливе),



але ні на кого не спрямоване. Емоція «розчиняється» в словах.

**Закон емоційного пригнічування логіки:** перебуваючи в емоційному стані, людина втрачає логічність й аргументованість мовлення. У такому разі в її мисленнєвій діяльності починає домінувати права півкуля головного мозку, яка відповідає за емоції, а ліва, що відповідає за логіку, розуміння і породження зв'язного мовлення, пригнічена, ніби вимкнута. Саме тому збуджену людину логікою не переконати, з нею слід спілкуватись спокійно, не сперечаючись, демонстративно згоджуватися, потроху знижуючи рівень її збудженості, заспокоювати, щоб згодом задіяти логіку.

Знання комунікативних законів та вміння використовувати їх, а якщо необхідно — протистояти їм — важлива складова комунікативної компетенції кожної освіченої людини.

### Особливості міжособистісного спілкування

У житті людини чи не найважливіше місце належить міжособистісному спілкуванню.

*Міжособистісне спілкування* — комунікація між двома і більше особами, яка спирається на їх психологічний і когнітивний зв'язок, що ґрунтується на особистісно сформованих засадах.

Міжособистісне (інтерперсональне) спілкування характеризується кількісною ознакою (наявність 2—3-х осіб на протигагу спілкуванню в малих та великих мовних групах, а також масовому) та якісною (воно має місце лише в тому разі, коли комуніканти сприймають один одного як неповторні особистості, що не залежить від кількості учасників спілкування).

Міжособистісному спілкуванню властиві такі риси:

— неповторність взаємодії в межах комунікативного акту (полягає в тому, що мовленнєва інтеракція не має аналогів серед інших типів особистісних зв'язків людей у суспільстві);

— незамінність іншими типами зв'язків між людьми (виявляється в тому, що кожна особистість для психологічного комфорту й психічного здоров'я повинна «набрати» певну кількість часу мовленнєвого спілкування);

— взаємозалежність учасників міжособистісного спілкування (інколи є обтяжливою, але завжди неповторною і незамінною для конкретної людини та суспільства загалом);

— взаємне з'ясування особистісних стосунків (виявляється в тому, що люди почувають себе комфортніше, якщо мають можливість поділитися думками, почуттями, враженнями тощо);

— пошук спільної вигоди (виникає в якісних міжособистісних аспектах самого процесу спілкування, в якому особистості самостверджуються, вдосконалюючи себе і впливаючи на світогляд інших учасників інтеракції);

— взаємні психологічні орієнтації («відшліфовування» учасниками міжособистісного спілкування своєї психологічної поведінки, психічного стану тощо; черпання психологічної енергії з різних за тривалістю взаємозв'язків);

— наявність спільних знань (особистості спроможні комунікувати лише в тому випадку, коли спираються на спільні знання про світ, самих себе в ньому);

— особистісні засади спілкування (на відміну від усталених типів «безособистісної» комунікації, в основі якої — наперед визначені соціальні «ролі» учасників (викладач — студенти, суддя — підсудний тощо), інтерперсональне спілкування ґрунтується на врахуванні вироблених особистісних засад, які можуть не відповідати формальним соціальним законам і правилам).

Залежно від мети, соціальних і психологічних дистанцій, які виникають між партнерами, виокремлюють кілька рівнів міжособистісного спілкування:

— ритуальний (соціально-рольовий); мета спілкування на цьому рівні — виконання очікуваної ролі, демонстрування знання норм соціального середовища;

— діловий (маніпулятивний); метою є організація спільної діяльності, пошук засобів підвищення ефективності співробітництва тощо;

— інтимно-особистісний; мета — задоволення потреби у розумінні, співчутті, співпереживанні.

За своєю сутністю інтерперсональне спілкування це — транзакційний процес, учасники якого залежать один від одного як творці комунікативного акту, залишаючись при цьому неповторними особистостями.

Відомі сучасні американські психологи П. Вацлавік, Д. Бівін та Д. Джексон у праці «Прагматика людських ко-

мунікацій» визначили найважливіші особливості трансакційності міжособистісного спілкування:

1. Неунікність спілкування. Суть цього принципу в тому, що усі мусять комунікувати; комунікація не має свого протичлена «не-комунікації». Навіть якщо особа не хоче спілкуватися з кимось, то все ж вона стає джерелом інформації для інших і тим самим включається поза власною волею в усезагальну комунікацію.

2. Невідворотність спілкування. Полягає в тому, що інформація повідомлень у спілкуванні творить нові ментальні стани тих, хто її сприймає, чи навіть нові ситуації. Невідворотність результатів спілкування виразно підкреслює прислів'я: «Слово не птах: випустиш — не впіймаєш».

3. Двоаспектність спілкування. *Значеннєвий* аспект спілкування передбачає описування осмисленого учасниками спілкування реального (чи такого, що вважається реальним) світу. Одночасно вони описують існуючі між ними взаємозв'язки: соціально-рольові, психологічні, духовні тощо. Це аспект *реляційний*. Кожен вчинок стосовно іншої особи є інформаційним у тому сенсі, що окреслює і модифікує взаємозв'язки між цими особами.

4. Взаємопристосування учасників. Вимагає узгодження систем знаків вербального і невербального кодів комунікантів, які можуть суттєво відрізнятись. Йдеться не лише про різні мови, а й про специфічне використання засобів мовного коду спільної для мовця й слухача ідіоетнічної мови (ідіостилі), зумовлене різними соціальними, віковими, статевими, культурними та іншими чинниками.

5. Пунктуаційність подій. Передбачає внесення кожним з учасників комунікації у спілкування свого бачення послідовності, упорядкованості подій, причин і наслідків, стимулів і реакцій тощо. Усе це може стати причиною різноманітних міжособистісних конфліктів. Вчені стверджують, що природа стосунків залежить від пунктуації комунікативних послідовностей між учасниками спілкування.

6. Симетричність і/або компліментарність. *Симетричність* ґрунтується на засадах рівності, визнання кожним з учасників спілкування неповторності іншого. *Компліментарність* спирається на протилежні

засади: один з учасників домінує, інший перебуває на позиції залежного, наприклад, викладач — студент, лікар — пацієнт тощо. Усі комунікативні взаємообміни або симетричні, або компліментарні, залежно від того, засновані вони на схожості чи на відмінності.

Отже, особливості міжособистісного спілкування свідчать про його визначальну роль у житті людини і суспільства загалом. Адже сутність людини полягає не тільки в тому, що вона *homo sapiens*, тобто істота, яка мислить, а й у тому, що вона *homo loquen*, тобто істота, яка розмовляє, спілкується.

### Тенденції розвитку сучасного спілкування

У другій половині ХХ ст. характер спілкування істотно змінився, що зумовлено впливом науково-технічного прогресу і науково-технічної революції. Однак, як зазначає Й. Стернін, найважливішою причиною цих змін є персоніфікація особистості (термін російського історика й антрополога Б. Парігіна).

*Персоніфікація особистості — усвідомлення людиною індивідуальної неповторності, несхожості на інших людей.*

Персоніфікація впливає на мобільність, культуру особистості, почуття власної гідності, духовні й матеріальні потреби. Із персоніфікацією пов'язані вибір цінностей, прийняття самостійних рішень; зменшується час, протягом якого людина спілкується з близькими їй людьми, але відповідно збільшується час комунікації з новими, часто чужими і неприсмними людьми; зростає дистанція між поколіннями; збільшується кількість мікрогруп у колективах, кількість об'єднань людей за груповими інтересами.

Персоніфікація особистості значною мірою позначається на спілкуванні, яке в сучасному суспільстві характеризується певними особливостями.

1. Розширюються сфери спілкування.

2. Час спілкування з тими, хто цікавить особистість, неухильно скорочується; багато часу забирає робота, транспорт; на спілкування з близькими залишається все менше часу.

3. Збільшується питома вага коротких, поверховий мовленнєвих контактів; люди відучуються виголошувати розлогі монологи.



4. Скорочується час спілкування з людьми за рахунок зростання часу «спілкування» із засобами масової інформації.

5. Ухиляння від спілкування в силу переважності різноманітними типами комунікації протягом дня. Люди втомлюються від спілкування з різними малознайомими чи навіть незнайомими людьми, виконуючи різноманітні службові обов'язки. За спостереженнями сучасних психологів, людина, яка живе у великому місті й добирається до місця роботи кількома видами транспорту, зустрічається за день як мінімум з 10-ма тисячами незнайомих людей, що провокує втому і небажання спілкуватися вдома.

6. Збільшується час примусового спілкування людей похилого віку в сім'ї: в окремих сім'ях старші люди тижнями спілкуються лише з близькими.

7. Розширюється примусове спілкування за місцем роботи. Результат праці людини залежить від узгодженої та ефективної співпраці з іншими колегами, тому надзвичайно важливим чинником є формування доброзичливої атмосфери за місцем роботи.

8. Інтенсифікується спілкування у сфері обслуговування.

9. Зростає рівень знеосіблення спілкування, збільшується чкількість ситуацій, в котрих люди спілкуються, не знайомлячись, не вступаючи в особистісні стосунки; відбувається лише інформаційний обмін без налагодження духовних зв'язків.

10. Накопичення інформації поглинає значно більше часу, ніж її обговорення. Люди дивляться фільми, читають газети, слухають радіо, але менше обговорюють інформацію, яку вони отримали.

11. Зростає частка емоційного спілкування в загальному обсязі комунікації. Часто спілкування набирає форму емоційного вибуху.

12. Розширюється сфера застосування усного мовлення. Люди все менше листуються, частіше спілкування відбувається по телефону, із застосуванням Інтернету тощо. Катастрофічно знижується культура писемного мовлення, погіршується грамотність.

13. Зростає частка спілкування за допомогою засобів сучасного зв'язку (факс, мобільний телефон, електронна пошта, Інтернет).

14. Скорочується ініціативне спілкування, але збільшується частка спілкування офіційного, примусового, рольового, фатичного.

Отже, персоніфікація об'єктивно стала причиною ускладнення міжособистісного спілкування, збільшення комунікативних конфліктів та інших типів непорозумінь у спілкуванні людей. Цим і зумовлена необхідність формування культури спілкування, оскільки вона — важливий чинник суспільної інтеграції.

## Моделі комунікації

В історії розвитку різних наук, а згодом і теорії комунікації було створено значну кількість моделей комунікації (а також міжособистісного спілкування). Одночасно їх можна назвати моделями комунікативного акту, оскільки він охоплює всі складові комунікації. Ці моделі з урахуванням різних складових комунікативного акту, типів зв'язків між учасниками і плину спілкування класифікують на три групи: лінійні, інтерактивні, трансакційні.

**Лінійні моделі.** Свої варіанти цих моделей запропонували американський вчений Г. Лассвелл, американський дослідник з проблем комунікації та штучного інтелекту К.-Е. Шеннон, американський мовознавець російського походження Р. Якобсон, радянський філолог, культуролог Ю. Лотман. У їх межах комунікація розглядається як лінійний, односкерований процес — від відправника (адресанта) до отримувача (адресата).

**Модель Г. Лассвелла.** Це модель лінійного розгортання мовлення від мотиву, який спонукає адресанта розпочати спілкування, до ефекту, отриманого адресантом у спілкуванні з адресатом (аудиторією); запропонована ще в 1948 р. Етапи процесу: Хто говорить? Що говорить? За допомогою якого каналу? До кого говорить? З яким результатом говорить?

У цій моделі не враховано інтерактивності учасників комунікації, того, що кожен з них у процесі комунікативного акту міняється місцями, тобто адресат стає адресантом, і навпаки.

**Модель К.-Е. Шеннона.** Зорієнтована на телефонічну комунікацію, тобто враховує передусім технічний бік проблеми (рис. 2.2).

У цій моделі вже взято до уваги наявність комунікативного шуму, спричиненого зовнішніми чинниками, зокрема каналом комунікації. Однак комунікативний



Рис. 2.2. Модель комунікації К.-Е. Шеннона

шум може бути зумовленим і значною кількістю внутрішніх чинників (психологічних, семантичних тощо). Як і в моделі Лассвелла, процес комунікації подано як однібічно скерований — від джерела інформації до її адресата.

**Модель Р. Якобсона.** Розглядаючи процеси комунікації, вчений орієнтувався насамперед на особи учасників спілкування і засоби мови, які використовуються ними в інтеракції. Однак процес спілкування теж односторонній (рис. 2.3).

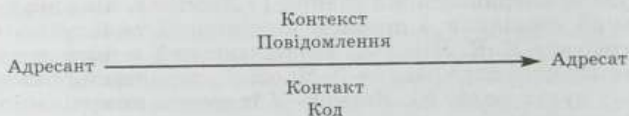


Рис. 2.3. Модель комунікації Р. Якобсона

Подана модель інтерпретується так: адресант, використовуючи засоби мовного коду, формує повідомлення, за допомогою якого у межах конкретного контексту встановлює контакт з адресатом.

В ідеальній ситуації спрацьовують усі чинники цієї моделі. Однак на практиці на чільне місце спілкування може виходити один зі складників комунікації. З огляду на це вчений створив одну з найповніших класифікацій (типологій) функцій міжособистісного спілкування.

**Емотивна функція.** Полягає в опорі на адресанта. Особистість мовця, його внутрішній світ виявляється найповніше.

**Референтна (позначувальна) функція.** На передньому плані — об'єкт мовлення. Це скерованість мовлення в реальний (або мислимий як реальний) світ. Учасники спілкування «прив'язують» свої повідомлення до об'єктів дійсності.

**Конотативна (впливова) функція.** Передбачає опору на адресата. Допомогає адресанту впливати на ментальну та емоційну сферу адресата, використовуючи наказ, кличну форму засобів мовного коду, варіюючи ефективність свого повідомлення тощо.

**Поетична функція.** На чільному місці в комунікації — форма повідомлення. Найповніше ця функція виявляється в художньо-белетристичному стилі мовлення, тобто художньому спілкуванні.

**Металінгвістична функція.** Полягає в опорі на код. Розкриває значення слів, речень тощо; це відповіді на запитання: «Що означає це слово? Що ви хотіли сказати, вживаючи цей вислів?» тощо. На цю функцію спирається науковий аналіз мови.

**Фатична (контактовстановлювальна) функція.** Передбачає опору на контекст. Це функція підтримання контакту між співбесідниками: розмови про погоду, за святковим столом, «світські бесіди» тощо.

**Модель Ю. Лотмана.** Ця модель є видозміною моделі Р. Якобсона. Лотман не погоджувався з трактуванням Якобсоном поняття «код». Код не має історії, він не заглиблений у культуру, в пам'ять поколінь. Конкретна ж ідіоетнічна (неповторно-національна) та індивідуальна мова — це «код плюс неповторна історія елементів цього коду». Адресант і адресат мають свої «мови», ідіостили; оперують неповторними смислами (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Модель комунікації Ю. Лотмана

Комунікація у цій моделі постає як переклад з «мови» на «мову» в діалозі особистостей.

Однак розглянуті лінійні моделі комунікації представляють спілкування як односпрямований процес — від відправника до одержувача. Вони лише частково охоплюють особливості процесу міжособистісного спілкування, оскільки в них представлені не всі важливі для реальної комунікації чинники.

**Інтерактивні моделі.** Отримали в теорії комунікації таку назву з огляду на те, що передбачають актив-



ність усіх учасників спілкування. Тому обов'язковим елементом комунікації є зворотний зв'язок. Запропонували ці моделі спілкування російський філолог Михайло Бахтін (1895—1975), французький філософ Ролан Барт (1915—1980), російський філософ Густав Шпет (1879—1937) та ін. Узагальнена схема інтерактивності спілкування представлена на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Схема інтерактивних моделей

Розглянуті моделі зображають комунікацію як низку дискретних (переривчастих) актів, що мають початок і кінець і в яких відправник значною мірою детермінує дії того, хто отримує повідомлення.

Однак у цих моделях недостатньо диференційовано канали комунікації, не враховано психологічні, соціальні та інші чинники, які впливають на перебіг міжособистісного спілкування.

**Трансакційні моделі.** У моделях цього типу комунікацію представлено як процес одночасного відправлення і отримання повідомлень комунікаторами, які залежать один від одного як творці комунікативного акту, залишаючись при цьому неповторними особистостями. У таких моделях комунікація постає як процес, у якому люди формують стосунки, взаємодіють один з одним (рис. 2.6).

Серед трансакційних моделей комунікації найпопулярнішою є модель німецького лінгвіста В. Шрамма. Шрамм тлумачить комунікацію як постійну інформаційну, психологічну, емоційну налаштованість комунікантів один на одного, коли і адресант, і адресат не міняються місцями, а виконують свої функції одночасно.



Рис. 2.6. Схема транзакційних моделей

Отже, спілкування — це процес взаємодії людей з використанням мови, без якого неможливе існування будь-якого суспільства і життя кожного його члена. Процес мовного спілкування відбувається за певними законами, які змінюються, має свої особливості, що відрізняють його від інших типів людських зв'язків (праці, гри тощо) в суспільстві.

## 2.2. Компоненти комунікації

Комунікація (міжособистісне спілкування) із застосуванням засобів мовного коду не лише відбувається за певними законами, а й має чітку структурну організацію. Як будь-яке системне утворення, комунікація неможлива без наявності елементів (тобто компонентів, засобів) та зв'язків між ними (тобто структури).

### Елементарні компоненти і засоби комунікації

Безпосереднє, «живе» спілкування людей завжди неповторне, оскільки у ньому беруть участь особистості з різним внутрішнім світом, звичками, уподобаннями тощо; сам процес інтеракції відбувається у конкретній ситуації; тематика, яка обговорюється учасниками, може стосуватись найрізноманітніших проблем; результати спілкування бувають непередбачувані тощо. Водночас у будь-якому типі спілкування є спільні елементи, які уможливають сам процес інтеракції, взаємодію учасників. Це елементарні компоненти і засоби комунікації.

**Елементарні компоненти.** До елементарних компонентів комунікації належать адресант, адресат, повідомлення, канал комунікації, інформаційний шум, фільтри, зворотний зв'язок, контекст і ситуація.

**Адресант** (*автор, мовець*). Він є джерелом повідомлення. Спирається на існуючі в конкретному суспільстві стратегії презентації інформації. Може реалізувати свої інтенції у формі усного дискурсу, листа, скарги, роману, урочистих зборів тощо. Адресант кодує свої повідомлення і подає їх у відповідних формах, доступних для адресата (слухача, читача, аудиторії).

**Адресат.** Кінцевий «споживач» повідомлення. Сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних умов інтерпретує повідомлення адресанта.

**Повідомлення.** Це інформація, втілена у конкретний код і передана за допомогою відповідного каналу спілкування. Може реалізуватися засобами мови та інших знакових (семіотичних) систем, зокрема жестами, мімікою, рухами та постановами тіла, схемами, діаграмами тощо.

**Канал комунікації.** «Міст», що поєднує адресанта й адресата. Кожне повідомлення вимагає свого власного шляху передавання від джерела інформації до споживача.

**Інформаційний (комунікативний) шум.** Це вибіркове сприйняття, семантичні перешкоди, інформаційні перевантаження, слабкий зворотний зв'язок тощо. Він може виникати внаслідок перекирчувань у каналах комунікації, деформування інформації самими учасниками комунікації тощо.

**Фільтри.** Це соціальні, психологічні, фізичні та інші обмеження, накладені на інформацію в процесі комунікації. З боку адресанта — відбір інформації для повідомлення. Фільтри можуть бути внутрішніми (психологічними: недовіра, невпевненість тощо) або зовнішніми (цензура, заборони, табу тощо). З боку адресата фільтри можуть виступати несприйняття мовця як авторитета, недовіра до нього тощо.

**Зворотний зв'язок (зворотна інформація).** Ним є реакція адресата на повідомлення, яка допомагає адресантові орієнтуватись в його особі, переконатись у мірі дієвості своїх аргументів, досягненні чи не досягненні предметної та комунікативної мети тощо. Реакція може

бути словесною або несловесною (жестовою, мімічною, спонтанно руховою тощо).

*Контекст і ситуація.* Це місце і час здійснення спілкування; наявність чи відсутність безпосереднього контакту; можливість бачити, чути адресата; кількість учасників комунікації, офіційність чи неофіційність спілкування; наявність «чужих»; «своя» чи «чужа» територія спілкування тощо.

*Засоби комунікації.* Засобами комунікації є коди, тобто система відповідностей між формою і значенням повідомлення. Знання коду необхідне для передавання інформації обома учасниками спілкування.

Найважливішими засобами комунікації є засоби мовної системи, паралінгвістичні засоби, компоненти інших семіотичних систем.

*Засоби мовної системи.* Серед них виокремлюють:

— експліцитні (матеріально виражені): одиниці різних рівнів мови, категорії, властиві конкретним рівням мови, а також мові загалом;

— імпліцитні (матеріально не виражені), однак без них комунікація відбуватися не може. Це різноманітні правила і закономірності організації мовної системи (парадигматичні й синтагматичні), правила спілкування, імплікації (непрямі висновки) та імплікатури (непрямі смисли).

*Паралінгвістичні засоби.* До них належать: різноманітні жести, міміка, контрольовані й неконтрольовані (спонтанні) рухи, постава тіла, відстань між комунікантами, свідомо організована простору спілкування тощо. Російський лінгвіст Іван Горелов зазначав: «У людині виховується з самого початку життя навичка розподілу уваги між вербальною і невербальною частинами комунікативного акту, завжди включеного в ширшу сферу, ніж власне мовленнєва діяльність».

*Компоненти інших семіотичних систем.* Йдеться про ті складові, що «вліті» у вербальне спілкування: схеми, графіки, малюнки, позначення тощо, які можуть супроводжувати комунікацію, а також одяг (форма, колір тощо), кольори розфарбованого обличчя та інших частин тіла, запахи, які супроводжують комунікацію тощо.

У спілкуванні засоби мовного коду виступають не ізольовано, а в єдності, формуючи комунікативне повідомлення, у якому синтезований смисл усіх використаних засобів коду.



## Канали комунікації. Комунікативний шум

Повідомлення, яке поєднує учасників спілкування, створюється адресантом (автором) за допомогою засобів конкретного коду (тобто кодується) і надсилається адресату. Кодування і надсилання повідомлення здійснюється з урахуванням фізіологічних можливостей людей.

Комунікативні процеси поділяють на типи відповідно до фізіологічних каналів, які використовуються. «Людство у цьому незмінне, воно може вигадати якісь нові системи зв'язку, але вони все одно повинні опиратися на ті самі п'ять органів чуттів. ... Теоретично на кожному з них людство могло започаткувати розгалужені мови, автономні одна від одної, і мати відповідні граматики й тексти. Реально цього не сталося, можливо, не всі канали виявилися однаково цікавими. Проте один з них став домінантним, а всі інші реально розглядаються на сьогодні як додаткові реалізації вже існуючої моделі», — зазначає Г. Почепцов.

*Канал комунікації* — «місток», який поєднує адресанта і адресата; засоби, за допомогою яких надсилається повідомлення.

У комунікаційних процесах використовують вокальний, візуальний, тактильний, нюховий і смаковий канали.

**Вокальний (слуховий, звуковий) канал.** Провідний канал комунікації; саме він став домінуючим у процесах міжособистісного спілкування.

Переваги цього каналу спілкування:

- усе, що потрібно для комунікації, завжди з людиною; немає потреби у додаткових засобах;
- при говорінні не витрачається жоден фізичний матеріал, тобто це економний засіб спілкування;
- усна комунікація дає змогу транслювати великі масиви інформації від покоління до покоління (міфи, вірування, легенди тощо);
- природний характер спілкування.

Обмеження цього каналу:

- інформацію неможливо передати на великі відстані без спеціальних технічних засобів;
- неможливе селективне (вибіркове) передавання інформації до однієї людини: звернення мовця до когось персонально в аудиторії почують усі присутні в ній. Шепотіння є дієвим лише на невеликій відстані між учасниками спілкування;
- нетривалість у часі (хоча в окремих випадках це можна розцінювати як позитивне явище);

— усне передавання є нечітким: інформація може бути перекручена посередником передавання (ефект «зіпсутого телефону»);

— усна комунікація доступна лише одному мовцеві: одночасне говоріння кількох мовців неефективне.

**Візуальний (зоровий) канал.** Цим каналом людина отримує переважну більшість інформації від оточення. У комунікативних структурах, які використовують його (наприклад, телебачення, прапорцева сигналізація, сигналізація за допомогою диму тощо), велике значення має писемність. Саме вона знімає обмеження слухового каналу: писемність не прив'язана до однієї координати часу і простору; текст може мандрувати в просторі й часі без обмежень; писемність забезпечує точність передавання інформації.

Обмеження цього каналу: необхідність спеціального навчання і наявності спеціальних засобів письма.

**Тактильний канал** (що сприймається дотиком). Обмежений канал передавання інформації для «звичайних» людей і основний для людей з вадами зору та мовлення (сліпих і сліпоглухих). Застосування: шрифт Брайля, спеціальні знаки на грошових купюрах. Засоби цього каналу важливі у повсякденному житті: людська ласка, відчуття від фізичного контакту тощо.

**Нюховий канал.** Має важливе значення у деяких культурах та субкультурах (наприклад, використання парфумів у спілкуванні людей протилежної статі в європейській культурі чи використання рослин із сильним запахом для дезорієнтації ворогів у деяких племенах південноамериканських індіанців тощо). Вагоме значення мав у минулому для виживання людей в агресивному природному оточенні; залишається суттєвим у тваринному світі. Оскільки запахи є нестійкими, недеталізованими, за їх допомогою неможливо створювати тексти.

**Смаковий канал.** Його роль як «місточка» інформаційних потоків у сучасному суспільстві суттєво знизилася порівняно з попередніми періодами розвитку людства, коли добування людьми засобів харчування було пов'язане із значними затратами фізичних, психічних та інших зусиль, однак не цілком знівелювана. Недарма ж існує жартівлива сентенція, що шлях жінки до серця чоловіка пролягає через його шлунок. Засоби цього каналу мають свою семантику (національні страви відіграють певну роль у міжкультурних контактах), прагматику (значною є роль різного типу церемоній, пов'язаних із вживанням страв, у культурах Південно-

Східної Азії) і синтактику (наприклад, компот не споживають раніше від борщу). Розгорнута ж комунікація на основі смакового каналу в принципі неможлива.

**Комунікативний шум.** Це поняття у теорію інформації впровадили К.-Е. Шеннон і В. Вівер. Комунікативний шум істотно позначається на процесах комунікації і трансактивних моделях її опису.

*Комунікативний шум* — порушення і/або деформації повідомлення, які утруднюють процес передавання або сприйняття інформації.

Внаслідок впливу шуму на перебіг комунікації отримана інформація може суттєво відрізнитися від тієї, яку надіслав адресант, або її отримання взагалі унеможливиться. Шум може виникати на всіх етапах (у межах усіх складових) процесу комунікації.

З урахуванням критеріїв фізичного, психічного й інтелектуального сприйняття дослідники виділяють три типи шуму:

1) фізичний шум (зовнішній, або механічний). Це шум мотора автомобіля, шум вентилятора, невиразна або занадто тиха вимова адресанта, заповнене цигарковим димом приміщення, невиразний почерк адресанта, нечіткість друкованого тексту та плями на ньому тощо;

2) психічний шум. До нього належать різні форми психічних порушень та деформацій, зумовлених ставленням до адресанта або адресата: від негативних (упередження і неприхильність) до крайніх позитивних (цілковита відсутність критичного сприйняття, схилення перед авторитетом, навіть обожнення). Спостерігається гіперкритична оцінка іншої особи, почуття зверхності або, навпаки, комплекс меншовартості. Йдеться про неувважність слухача, заглибленого у власні думки, його інтелектуальну обмеженість, брак спостережливості, невміння відбору важливої інформації тощо;

3) семантичний шум. Виникає внаслідок спілкування різними мовами, використання учасниками відомої лише обмеженому колу фахівців спеціальної термінології тощо. Часто семантичний шум виникає у випадку наявності довгого комунікативного ланцюжка, коли «по дорозі» до кінцевого адресата з'являються неточності в передаванні інформації, трансформації, додавання тощо.

Результатом впливу комунікативного шуму на спілкування є втрата частини інформації, або ентропія повідомлення.

*Ентропія повідомлення* (грец. en — в і trope — зміна, перетворення) — спрощення частини інформації на шляху від мовця до слухача.

Спрощення інформації на шляху до адресата може бути незначним і стосуватись другорядних деталей, але може зачіпати саму сутність повідомлення, унеможливаючи процес комунікації загалом.

Отже, кожне повідомлення в комунікації має свою конкретну форму втілення (усну, писемну, з використанням різноманітних немовних знаків тощо), яка значною мірою залежить від того, як це повідомлення буде надсилатись автором (адресантом), тобто від конкретних каналів комунікації. Стан каналів комунікації багато в чому визначає адекватність отриманої адресатом інформації, виникнення різноманітних інформаційних збурень, тобто комунікативного шуму. Як зауважують сучасні американські дослідники проблем комунікації Джон Ватсон і Ендрю Хілл, «як і водні канали, канали інформаційні повинні бути чистими, а іноді їх слід прочищати».

### Вербальні компоненти спілкування

Провідну роль у міжособистісному спілкуванні відіграють вербальні компоненти.

*Вербальні компоненти* — засоби мовного коду, тобто слова, словосполучення, речення (повідомлення), тексти, за допомогою яких передається інформація.

З погляду комунікації мову можна визначити як систему спілкування, яка характеризується спеціалізацією, продуктивністю, недовговічністю, довільністю знаків мовного коду, здатністю до транслювання і обумовленістю культурою.

*Спеціалізація мови.* Процес, скерований на створення міжособистісних зв'язків, порозуміння. Комунікуючи, використовуючи мовлення, людина застосовує первинні органи (язик, голосові зв'язки тощо) з метою створення повідомлень, природа яких є семіотичною, в своїй основі символічною.

*Продуктивність (креативність) мови.* Пов'язана з динамічністю мовної системи, її здатністю до розвитку і створення нових засобів комунікації. Це різноманітні елементи, категорії і механізми слово- і формотворення, трансформації повідомлень різних типів, механізми задіяння імпліцитних (формально не виражених) смислів тощо.



*Недовговічність мови як комунікативного коду.* Зумовлена передусім специфікою усного мовлення, яке триває стільки, скільки говорить певна особа. Письмо, друк та інші системи зберігання мовних знаків можуть значно продовжити в часі життя мовлення. Розвиток сучасних комунікативних технологій суттєво продовжує існування мовлення в часі й просторі.

*Довільність знаків мовного коду.* Пов'язана із загальною знаковою природою мови, яка оперує квазі-об'єктами (несправжніми, вторинними об'єктами). Знаки мови є довільними стосовно тих об'єктів реального і віртуального світів, які за ними стоять. Однак у деяких комунікаціях, зокрема релігійній (фідеїстичній), їх учасники вважають засоби мовного коду органічною складовою об'єктів (у широкому сенсі слова), про які йдеться у спілкуванні.

*Здатність до транслювання (передавання).* Людське мовлення застосовується для передавання інформації про речі, явища, особи, віддалені в часі й просторі. Можна говорити про речі, явища, особи, які не існують і ніколи не існували; можна говорити про майбутнє тощо. А це означає, що слова, сказані колись, у певному місці, певного часу, можуть мати вплив у майбутньому, в інший час, в іншому місці. Тобто зв'язки і наслідки повідомлень можуть бути передані в часі й просторі.

*Обумовленість культурою.* Мовні знаки, будучи довільними за своєю формою стосовно реалій, які вони позначають, завжди мотивовані культурою. Кожен, хто правильно володіє певною ідіоетнічною мовою, тобто семантикою мови, безумовно оволодіває традиціями тієї культури, яку обслуговує ця мова.

Вербальні компоненти — найважливіші складові комунікативного акту, оскільки саме вони в нормальному (неспеціалізованому) міжособистісному спілкуванні виступають основними носіями значень (сміслів) повідомлень.

### Невербальні компоненти спілкування

Мовлення — основний, але не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією за допомогою багатьох інших засобів — жестів, міміки, постав тіла, одягу, зачісок, запахів, навіть предметів, які їх оточують (наприклад, меблів). Для співрозмовників значущими є прикраси, татуювання на тілі, гатунок чаю або

кави, що споживаються, тощо. Усе це отримало назву невербальні (несловесні) повідомлення.

*Невербальні засоби спілкування* — елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень.

Ученими встановлено, що різноманітні невербальні сигнали в особистісному спілкуванні несуть від 60 до 80 % інформації. Це означає, що більша частина спілкування здійснюється без участі засобів мовного коду, але з орієнтацією на інші його складові: паралінгвістичні елементи, елементи інших семіотичних систем тощо. Звичайно, значення різноманітних невербальних сигналів «перебувають» не в самих сигналах, а приписуються їм тими, хто декодує мовлення, «вчитується» ними. Це декодування відбувається з обов'язковим урахуванням культурних та індивідуальних контекстів.

Існують різні типології невербальних засобів спілкування, оскільки вони витворюються і сприймаються різними сенсорними системами: зором, слухом, тактильними відчуттями, смаком, нюхом, а також з урахуванням того, коли відбувається спілкування. У табл. 2.2 подано класифікацію невербальних засобів спілкування, яка враховує найважливіші сенсорні системи людини, а також темпоральні (часові) характеристики спілкування.

Невербальні повідомлення мають певні особливості. Як правило, вони:

- неструктуровані, їх неможливо розкласти на окремі складники; це вияв темпераменту людини, її емоційного стану, самооцінки, соціальних статусів, належності до певної групи, субкультури тощо;

- прив'язані до умов спілкування; декодуються «тут і тепер» у межах конкретного контексту й ситуації;

- неінтенціональні, спонтанні (інтенціональні, «відпрацьовані» лише у професійних акторів);

- більшою мірою вроджені, ніж набуті; як правило, засвоюються кожним носієм певної культури шляхом спостережень, копіювання невербальної поведінки інших людей;

- витворюються під домінантним впливом правої півкулі головного мозку.

Під час невербального спілкування комуніканти отримують інформацію:

Таблиця 2.2

## Класифікація невербальних засобів спілкування

Акустична		Оптична				Тактильно-кінестетична	Ольфакторна	Темпоральна
Екстралингвістична	Просодика	Кінесика	Проксеміка	Графеміка	Зовнішній вигляд	Такесика	Запахи	Хрономіка
— паузи — кашель — зітхання — сміх — плач	— темп мовлення — тон — тембр — висота гучності — манера мовлення — спосіб артикуляції (окання, акання, шепелявлення, *р — картаве*) тощо	значущі рухи: — міміка — постанти тіла — жести — хода — контакт очима	— відстань між мовцями — дистанція — вплив території — вплив орієнтації — просторове розміщення співбесідників	— почерк — специфіка підстрічних і надстрічних знаків — специфіка розміщення розділових знаків — символіка скорочення	— фізіогноміка — тип і виміри тіла (ріст, форми черепа тощо) — одяг, його стиль — прикраси — зачіска — косметика — предмети особистого вжитку	— потиск кування рук — поцілунки — дотики — поглажування — поплескування	— запах тіла — запах косметики	— час очікування початку спілкування — час, проведений разом у спілкуванні — час, протягом якого триває повільне доведення мовця — час хезитації

## 1) про особистість комунікатора:

- темперамент;
- емоційний стан у даній ситуації;
- його «Я» (образ і самооцінку);
- особистісні якості;
- комунікативну компетенцію (як він починає комунікацію, підтримує її, виходить з неї тощо);
- соціальний статус;
- належність до певної групи або субкультури;

## 2) про стосунки комунікантів:

- соціальну й емоційну близькість чи віддаленість;
- характер стосунків (домінування — залежність, прихильність — неприхильність тощо);

— динаміку стосунків (бажання підтримувати спілкування, перервати його, «з'ясувати стосунки» тощо);

## 3) про ставлення учасників комунікації до самої ситуації, що дає змогу їм регулювати процес інтеракції:

- комфортність;
- спокій;
- інтерес до спілкування чи бажання завершити його (нервування, нетерпіння) тощо.

Невербальна та вербальна комунікації взаємодіють. Російські психологи В. Куніцина, Н. Казаринова і В. Погольша, які спеціально досліджували процеси взаємодії вербальних і невербальних компонентів спілкування, визначили функції невербальних повідомлень стосовно вербальних. Це:

- доповнення (у тому числі дублювання і посилення) вербальних повідомлень;
- заперечення вербальних повідомлень;
- заміщення вербальних повідомлень;
- регулювання розмови.

**Кінесика** (грец. *kinesis* — рух). Це один із найважливіших засобів невербального спілкування, який найбільшою мірою впливає на його перебіг. Його ще називають «мовою тіла». Кінестетичні сигнали (міміка, жести, постава тіла тощо) можуть бути підсвідомими (неконтрольованими) і свідомими (контрольованими). *Підсвідомі (неконтрольовані) сигнали* — це повідомлення, що надсилаються мозком і є зовнішнім віддзеркаленням насамперед емоційного стану людини. *Свідомі (контрольовані)* — це набуті, відпрацьовані сигнали. Деякі кінестетичні засоби увійшли в систему комунікації цілих етносів, стали національно-культурними засобами комунікації (жести привітання, прощання тощо). На-



приклад, японська чи китайська чайні церемонії, які супроводжуються значною кількістю кінестетичних сигналів.

**Міміка (вираз обличчя).** Найважливіший засіб невербальної комунікації. Її відсутність унеможливує спілкування, оскільки обличчя — дзеркало людських емоцій.

У табл. 2.3, запропонованій сучасною російською дослідницею В. Лабунською, подано мімічні ознаки різних емоційних станів людини.

Таблиця 2.3

## Мімічні ознаки різних емоційних станів

Частини і елементи обличчя	Мімічні ознаки емоцій					
	Гнів	Презирство	Страждання	Страх	Здивування	Радість
Положення рота	Рот відкритий	Рот закритий	Рот відкритий	Рот закритий		
Губи	Кутики губ опущені			Кутики губ підняті		
Форма очей	Розкриті й примружені	Звужені	Очі широко розкриті	Очі примружені або розкриті		
Блиск очей	Очі блищать	Очі тьмяні	Не виражений	Очі блищать		
Положення брів	Брови зближені до перенісся			Брови підняті догори		
Кутики брів	Зовнішні кутики підняті догори		Внутрішні кутики підняті догори			
Лоб	Вертикальні складки на лобі й перенісці			Горизонтальні складки на лобі		
Рухомість обличчя та його частин	Обличчя динамічне		Обличчя статичне		Обличчя динамічне	

Американський психолог П. Екман разом з колегами опрацьовував техніку, яка отримала назву «Система кодування рухів обличчя» (Facial Action Coding System — FACS). Ця система дає змогу виразити обличчя зіставити з виявом певних емоцій. Автори зазначають,

що найменшому контролю підлягають очі. «Очі не брешуть», «Очі — дзеркало душі», «Хочеш пізнати людину — дивись їй у вічі» — ці вислови свідчать про важливість виразу очей в комунікації. Так, блискучі очі виражають радість, матові — сум. Широкі зіниці свідчать про страх; нерухомі — про концентрацію уваги; «бігаючі» — про неспокій, розпорошення уваги; короткі погляди в бік — почуття вини, побоювання осуду оточення; погляд униз — неспівзвучність або почуття провини, страху.

Про внутрішній стан людини, домінування у її психокогнітивній діяльності певних типів відчуттів можуть свідчити рухи зіниць очей. Наприклад, якщо співбесідник, перш ніж відповісти на поставлене запитання, піднімає очі догори, можна з упевненістю говорити про домінування у сфері його психокогнітивних процесів зорових образів; якщо зіниці очей опущені вниз — домінують тілесні відчуття; рух зіниць очей вбік свідчить про переважання слухових вражень (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Рух зіниць очей і зони образів

Контрольована міміка — це прийняті в конкретній культурі, конкретним етносом засоби міміки, що виражають окреслені «межі» почуттів, емоцій тощо. Вони «дешифруються» у межах певної культури однозначно.

Нижче наведено приклади конвенціональної (загальноприйнятої) міміки в комунікації українців і деяких європейських етносів: примруження ока — привертання уваги адресата, попередження його про щось; широко відкриті очі — демонстрація здивування, несподіванки; кліпання повіками — підтвердження або згода на щось; підняття брів — мовець почув щось див-

не, незвичне, непристойне тощо; стягування брів — незадоволення, гнів; опущення куточків зімкнених губ — незнання; усмішка з одночасним примруженням очей — іронія, насмішка з когось.

**Жести.** У спілкуванні є носіями різного типу інформації, пов'язаної з емоційними станами комунікантів. Сучасні американські дослідники ролі невербальних засобів у спілкуванні А. Піз і А. Гарнер виявили різні типи емоційних станів людини, аналізуючи жести учасників психотерапевтичних сеансів.

**Нудьга:** голова лежить на руці; чим сильніше слухач налягає на руку, тим йому нудніше; палець скерований до виска, а рука на підборідді свідчить про критичне ставлення до співбесідника та його слів. Таке ставлення посилюється, якщо адресат сидить схрестивши ноги; руки також схрещені на грудях, голова нахилена, тіло відкинуте назад, ліва брова опущена, пальці зігнуті.

**Позитивне ставлення:** голова вільна, голова трохи нахилена, палець лише торкається голови, пальці не зімкнені;

**Упевненість:** мовець тримає пальці хатинкою; жінки при цьому часто кладуть руки на коліна.

**Відкритість:** відкриті долоні, звернені у бік адресата (аудиторії).

**Оборона:** руки схрещені на грудях, напружена шия, застібнутий піджак, темні окуляри.

**Очікування:** потирання долонь.

**Невпевненість:** поцухування або легке потирання шиї нижче вуха і позаду вуха — це сигнал, що співбесідник не розуміє сказаного.

**Симпатія:** копіювання жестів, міміки й постави тіла співбесідника.

**Рівність:** горизонтальне потискування рук.

**Домінування:** повертання руки співбесідника при потискуванні донизу.

**Приховування:** людина часто торкається різних частин свого обличчя, найчастіше носа, ніби прикриваючи губи. Іноді потирає очі, що може бути декодовано як «не хочу бачити цього».

**Роздратування:** підсвідоме розслаблення комірця або потирання шиї.

**Несхвалення, втрата інтересу:** пошук чогось дрібного на одязі, часто неіснуючого, змахування його під

час розмови; людина палить, опускає очі, додолу видихує дим (часто тонкою цівкою).

*Недовіра, приховування думок:* прикривання рукою губ, потирання вуха («Я вже наслухався цього»).

*Постава.* Положення людського тіла значуще для комунікації. З позицій міжособистісного спілкування, зокрема ставлення до партнера, виділяють такі типи постав:

— постави, що демонструють відкритість або замкнутість особи адресата. Наприклад, схрещені на грудях руки, сплетені в замок пальці, відхилення спини назад тощо відповідають внутрішній замкнутості адресата; повернутість голови й тіла в бік партнера, нахилений тулуб уперед, вільні плечі тощо свідчать про внутрішню відкритість адресата;

— постави, що демонструють домінування («нависання» над партнером, рука «забута» на плечі співбесідника тощо) чи залежності (погляд знизу, ситуативна згорбленість тощо);

— постави, що свідчать про гармонію (синхронізація постав тіла, зверненість усього тіла в бік партнера, відсутність напружень окремих груп м'язів тощо) чи протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску і плече вперед тощо).

*Проксеміка* (лат. *proximus* — розташований близько) — просторові стосунки людей у процесах спілкування. Цей термін належить сучасному американському вченому Е. Халлу, який першим акцентував на ролі просторових чинників у комунікації. Він тлумачить проксеміку як спосіб структурування і використання людьми мікропростору, наприклад відстань між учасниками спілкування та їх розміщення, форма столів під час вирішення ділових питань тощо. Інші дослідники (зокрема, польський психолог В. Глодовський, російський лінгвіст І. Горелов та ін.) визначають проксеміку як сприйняття, використання і конструювання простору з комунікативною метою, оскільки очевидним є зв'язок між мікротериторією спілкування і соціальним станом комунікантів. «Речове» оточення має істотний вплив на людей. Ще В. Черчілль зауважував, що спершу людина формує своє оточення, а відтак воно формує її.

Важливе значення для перебігу комунікації має простір, у межах якого перебувають її учасники. До-



слідники зазначають, що «влада там, де сидиш». Свідомо чи несвідомо людина обирає таке робоче місце, яке сприяє утвердженню її ролі в групі.

Мають значення у процесах комунікації форма стола (наприклад, круглий стіл під час переговорів символізує рівноправність учасників); місце комунікантів (розташування співрозмовників за столом навпроти, як правило, налаштовує на офіційність, навіть ворожнечу; найкраще для співпраці сидіти за одним столом пліч-о-пліч) тощо.

Перебіг комунікації залежить від простору навколо людини (індивідуальний простір комунікації). Цей простір свідомо або неусвідомлено охороняється кожним учасником спілкування. Суттєво впливає на міжособистісне спілкування дистанція (відстань) між учасниками спілкування. Е. Халл, наприклад, відстань спілкування диференціює так:

- інтимна (0 — 45 см);
- індивідуальна (45 см — 1,2 м) — розмова між рідними, друзями;
- товариська (1,2 м — 3,6 м) — спілкування товарисько-службове;
- публічна (3,6 м — межа бачення і слухання) — спілкування у випадках: викладач — студенти, спортсмени — глядачі на стадіоні; особисте знайомство не обов'язкове.

Негативний вплив на комунікацію створюють наговори, штовханина тощо.

Отже, невербальні компоненти відіграють важливу роль у процесах організації, перебігу комунікації, впливають на її результат. Несучи значну частину комунікативної інформації, вони можуть сприяти, перешкоджати або навіть унеможливити міжособистісне спілкування.

### Ситуативний контекст спілкування. Зворотний зв'язок у комунікації

**Виміри ситуативного контексту.** Міжособистісне спілкування завжди відбувається в межах якогось зовнішнього (ситуативного) контексту.

*Ситуативний контекст спілкування* — обставини, в яких відбувається спілкування: місце, час, особистість партнера (партнерів), соціальні ролі учасників тощо.

Ситуативний контекст має три виміри: фізичний, соціально-психологічний, часовий.

**Фізичний вимір.** Охоплює проксемічні аспекти спілкування, а також місце комунікації. Комунікація в автобусі, ресторані, аудиторії, лікарні, стадіоні, кухні, театрі, музеї, дискотеці тощо суттєво відрізняється. Фізичний вимір впливає на зміст і форму повідомлень, а також на формування атмосфери спілкування.

**Соціально-психологічний вимір.** Виявляється у характері зв'язків між учасниками спілкування, їхніх статусах, соціальних ролях, нормах і культурних чинниках, прийнятих у суспільстві, а також у фізичному стані мовців, їхніх психологічних особливостях (характері, темпераменті тощо).

**Часовий вимір.** Стосується пори дня, історичних умов, суспільно-політичного устрою тощо, в межах яких відбувається спілкування.

У процесі «живого» спілкування всі три виміри перебувають у тісному зв'язку.

Знання ситуативного контексту має суттєве значення для кодування і декодування інформації в спілкуванні. Люди створюють пізнавальні й комунікативні схеми поведінки й реагування в певних ситуаціях (поведінка і розмови на стадіоні, рок-концерті, в університетській аудиторії тощо). Орієнтація в контексті допомагає вибору потрібних комунікативних стратегій, які сприяють успіху в спілкуванні.

Приклад впливу ситуації спілкування на її перебіг та зміст:

*За декілька днів перед закінченням засідань нашої наради Тихменєв якось зупинився зі мною на східцях і спитав мене:*

*— Ви, Іполіте Миколайовичу, здається учителюєте? <...>*

*Він став так, щоб світло од вікна падало мені в вічі. <...>*

*Світло од вікна на східцях було мені просто у вічі, і мені було трохи ніяково і від світла, і від того, що я не здогадувався, з якого приводу Тихменєв почав зі мною цю розмову на східцях (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).*

**Зворотний зв'язок.** Під час розмови учасники спілкування не лише надсилають інформацію, а й постійно її приймають, тобто здійснюється зворотний зв'язок.

**Зворотний зв'язок** — реакція адресата на повідомлення, яке допомагає адресантові зорієнтуватися в особі адресата, визначити міру дієвості своїх аргументів, переконатись у досягненні чи недосягненні комунікативної мети.

Зворотний зв'язок може бути вербальним і невербальним. Виявляється він у різних формах: слуховій, тактильній, зоровій. Гримаса, усмішка, блідість, почервоніння обличчя, уважний або розсіяний погляд, слова «так» або «ні» — усе це вияви зворотного зв'язку в міжособистісному спілкуванні. Він надає адресантові інформацію, яка впливає на успішність чи неуспішність у досягненні комунікативної мети, тобто значною мірою визначає стратегію й тактику мовця, подальший перебіг комунікації.

Від часу тривання зворотного зв'язку, тобто інтерпретації інформації та реакції на неї мовця, залежить міра порозуміння в процесі комунікації. Ефект комунікації зростає, якщо мовець (адресант) виявляє достатню увагу до зворотного зв'язку, активізує його запитаннями, коментарями, уточненнями, навіть контраргументами. Іншими словами, від уміння спостерігати за іншими залежить успіх комунікації.

Отже, елементарні компоненти комунікації — основа будь-якого міжособистісного спілкування. Інформація, яку створює адресант, використовуючи засоби мовного коду, парамови (жести, міміку, постави тіла тощо) та елементи інших семіотичних систем (графіки, діаграми, одяг тощо), потрапляє до адресата, який, враховуючи контекст і ситуацію спілкування і спираючись на власні когнітивні механізми, її опрацьовує, перетворюючи на індивідуальні смисли. Цей процес значною мірою залежить від форм мовного спілкування.

## 2.3. Форми мовного спілкування

На думку антропологів та істориків мови, людському спілкуванню з використанням мови кілька сотень тисяч, а може й мільйонів років. Зрозуміло, що за цей час люди, які обмінювались інформацією, висловлювали свої почуття й емоції, впливали один на одного тощо, сформували певні типи, різновиди міжособистісного спілкування.

### Класифікація форм мовного спілкування

Кожен акт людського спілкування з точки зору участі в ньому особистостей, які обговорюють найрізноманітніші проблеми, є неповторним, але з точки зору най-

загальнішої організації відбувається у межах відпрацьованих форм.

**Форми мовного спілкування** — типи інтеракції, виділені залежно від немовних складників комунікації: форми втілення засобів мовного коду, способу взаємодії між учасниками, специфіки каналів, функцій та змісту повідомлень, сфери спілкування тощо.

Класифікують форми мовного спілкування за різними критеріями.

1. Залежно від форми втілення засобів мовного коду розрізняють:

— зовнішнє мовлення (усне, писемне, паралінгвальне);

— внутрішнє мовлення (діалог людини із самим собою; довербальний етап породження мовлення).

2. За способом взаємодії між комунікантами виділяють мовлення:

— монологічне (говорить один учасник спілкування);

— діалогічне (розмовляють, як правило, двоє осіб);

— полілогічне мовлення (розмовляють троє і більше учасників).

3. З урахуванням специфіки каналів комунікації виокремлюють:

— мовлення безпосередньої комунікації («обличчям до обличчя»);

— мовлення опосередкованої комунікації (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо).

4. Залежно від функції та змісту повідомлення розрізняють:

— побутове (обговорюються побутові, щоденні проблеми);

— наукове (обговорюються наукові проблеми);

— офіційно-ділове (спілкування між людьми як представниками соціальних інституцій);

— естетичне (пов'язане з передаванням естетичної інформації, наприклад твори художньої літератури).

5. За способом організації комунікації:

— стихійне (випадкова зустріч на вулиці, транспорті тощо);

— організоване (збори, мітинги, конференції тощо).

6. За сферами спілкування або стосунками комунікантів:

— дружнє (розмова друзів, добрих знайомих, закоханих тощо);



— антагоністичне (спілкування ворогів, людей, які сваряться тощо);

— офіційне (спілкування регламентоване, інституційоване, наприклад начальник — підлеглий).

Уперше в лінгвістиці форми спілкування класифікував російський мовознавець Лев Якубинський (1892—1945) у статті «О диалогической речи». За критерії розмежування форм спілкування він брав: усну діалогічну, усну монологічну, писемну монологічну форми спілкування. У цьому ж дослідженні вчений вказав на характерні особливості діалогічного й монологічного мовлення.

Сучасний російський мовознавець А. Холодович у праці «О типологии речи» запропонував інші критерії типології форм мовної комунікації:

— засоби вираження мовленнєвого акту: звук, письмовий знак, жест (звідси розмежування усного, писемного та мімічного мовлення);

— комунікативна скерованість мовлення: на співбесідника, на себе, «у повітря»;

— безпосередність/опосередкованість мовлення;

— орієнтованість мовленнєвого акту;

— потенціал мовленнєвого акту;

— контактність/дистантність мовленнєвого акту, тобто виділення «безпосередніх» та «опосередкованих» форм спілкування.

Кожній формі мовного спілкування властиві особливості добору і використання засобів мовного і паралінгвального кодів, стильова і стилістична специфіка тощо. Водночас для комунікативної лінгвістики особливе значення мають передусім форми мовного спілкування, пов'язані зі способом взаємодії між комунікантами, тобто діалог, монолог і полілог.

Усі форми мовленнєвого спілкування істотно різняться між собою і мають свою специфіку (особливості діалогу і монологу обговорювали ще античні ритори).

*Діалог* (грец. *diálogos* — розмова, бесіда) (діалогічна форма спілкування) — форма мовлення (і спілкування), якій притаманна зміна мовленнєвих актів (повідомлень), як правило, двох мовців, які перебувають у безпосередньому зв'язку.

Найхарактернішими особливостями діалогу є:

— наявність 2-х співбесідників;

— швидкий обмін репліками без попереднього обмірковування і їх смислова взаємозалежність;

— лаконічність, чіткість реплік; вони також можуть бути еліптованими (тобто скороченими, нерозгорнутими);

— ситуативна залежність реплік;

— певна шаблонність реплік, використання «відпрацьованих» у мовленні засобів-штампів;

— зорове й слухове сприйняття учасників діалогу (особлива роль міміки, жестів та інших паралінгвістичних засобів);

— важливість інтонації, тембру, тональності тощо, які можуть впливати на семантику слів, змінювати її або навіть повністю нейтралізувати.

Вчені вважають діалогічне мовлення первинним стосовно інших форм спілкування (такої думки дотримувались Л. Виготський, М. Бахтін, Л. Щерба, Л. Якубинський). Воно має своїми витоками усно-розмовну сферу, якій притаманний принцип економії засобів мовленнєвого коду. Інформативна повнота, окрім паралінгвальних засобів, забезпечується «спільністю аперцепційного (який перебуває в полі сприйняття) базису» (Л. Якубинський): «Сюди! — Сиру?» (мовці йдуть повз магазин).

*Монолог* (грец. *monos* — один і *logos* — слово, вчення) (*монологічна форма спілкування*) — форма мовлення, витворена внаслідок активної мовленнєвої діяльності адресанта, розрахованої на пасивне і опосередковане її сприйняття адресатом (аудиторією).

Монолог — розгорнутий вид мовленнєвої діяльності. Найважливішими ознаками його є:

— певна тривалість у часі (значно більша за тривалість репліки у діалозі);

— розгорнутість, оскільки відсутня можливість активного опертя на безпосередню ситуацію спілкування;

— обмеженість або повна відсутність паралінгвістичних засобів (писемний монолог);

— підготовленість і керованість мовленнєвими висловлюваннями, їх планованість (повідь, лекція тощо);

— односторонній характер висловлювання, не розрахований на негайну репліку співбесідника;

— наявність значних за розміром уривків, які складаються з пов'язаних між собою повідомлень, що мають індивідуальну композиційну побудову і відносну смислову завершеність.

Монологічному мовленню, на відміну від діалогічного, необхідно вчитися.

Монологічне мовлення класифікують за:

- формою втілення (внутрішнє, зовнішнє);
- способом організації (приватне, публічне);
- сферами вжитку (дружнє, офіційне);
- жанровою належністю (художній монолог, ораторське мовлення, побутова розповідь тощо);
- функціонально-комунікативною належністю (розповідь, міркування, доповідь, переконання тощо);
- ситуативними особливостями комунікації (безпосередньо-контактне, опосередковано-контактне — радіо, телевізійне);
- генетичними ознаками (імпровізоване, підготовлене);
- тематичним критерієм (наукове, публіцистичне, художнє тощо).

*Полілог* (грец. *polis* — численний і *logos* — слово, вчення) (*полілогічна форма спілкування*) — розмова між кількома (трьома і більше) особами.

Найважливіші ознаки полілогу:

- ситуативна пов'язаність, тобто залежність від ситуації, в межах якої відбувається спілкування;
- порівняно високий рівень спонтанності (непідготовленості) комунікації;
- більш-менш однакова участь у комунікації всіх учасників;
- реактивна роль учасників комунікації градується: від позиції адресата до позиції адресанта і може, залишаючись невербалізованою (спостерігач), впливати на розвиток полілогу своєю немовленнєвою дією;
- велика амплітуда коливань смислового і формального зв'язків реплік;
- суттєве значення соціальних ролей учасників комунікації, а також етикетних правил ведення полілогу (наприклад, у деяких народів у розмову родичів по крові не мають право вступати родичі не по крові) тощо.

Отже, спілкування людей відбувається у межах конкретних форм, яким властива специфічна організація засобів комунікативного коду.

## Діалог і його організація

Діалог — це найактивніша форма міжособистісного спілкування, і йому присвячено багато досліджень, які враховують здобутки різних розділів науки про мову і

передусім лінгвістики тексту, прагмалінгвістики, а також логіки, психології, антропології, філософії та ін.

**Організація діалогу.** Діалог вибудовується за певними принципами:

1. Діалог має процесуальну структуру, тобто у його межах наявний рух інформації між двома учасниками. Тому говорять про фази розмови: початок, середину, завершення; про головні, другорядні та епізодичні теми. Сам рух у діалозі створюється кроками (репліками). Зміна реплік відбувається за певними законами. Результатом процесу є зв'язність.

2. Кожен діалог відбувається у певному діалоговому середовищі, яке охоплює мовця, слухача, їхні стосунки, тональність і атмосферу між учасниками інтеракції.

3. Діалогу притаманний комунікативний смисл як комплекс інтенцій учасників спілкування.

**Типологія діалогів.** У сучасній науці існує кілька класифікацій діалогів, найповнішою з яких є типологія української дослідниці І. Штерн. Вона класифікує діалог за такими ознаками:

1) співвідношенням цілей:

— кооперативний (цілі партнерів збігаються);

— нейтральний (цілі партнерів у діалозі не суперечать одна одній);

— конфліктний (цілі партнерів у діалозі протилежні);

2) характером глобальної мети:

— когнітивний (проблемно-діалоговий, інформаційно-діалоговий, з'ясувально-діалоговий);

— фатичний (спрямований на підтримку спілкування, стосунків учасників);

— експресивний (спрямований на вияв ставлення до обговорюваної проблеми і/або особи учасників спілкування).

Фатичний та експресивний діалоги спрямовані на вияв внутрішнього світу партнера з наступним впливом на нього;

3) особливостями циркуляції інформації:

— вироджений (такий, що має монологічну форму);

— циклічний (фатичний, що не породжує нової інформації, а лише скерований на підтримання контакту);

— однобічно інформативний (надає нову інформацію);

— двобічно інформативний (породжує нове знання в когнітивних сферах учасників спілкування);



4) інформацією, наявною в репліках (висловлюваннях):

- перформативний (рівний власне дії);
- перлокутивний (налякати, порадувати тощо);
- іллокутивний (спонукати, запитати, повідомити тощо);
- реактивний (відповідь, відмова тощо);
- інформативний (передавання інформації);

5) соціокультурними знаннями про діалог:

— знання про соціальну діяльність незалежно від особистих характеристик, що можуть бути представлені у вигляді типових ситуацій, наприклад «Візит до ресторану»;

— знання про вияв людиною її внутрішнього стану і ставлення до інших людей незалежно від соціальних ролей, наприклад «Сварка»;

— знання про поведінку людей у конкретних комунікативних актах, на зразок «Привітання», «Прощання» тощо;

6) комунікативними перевагами чи поразками та методами їх подолання:

- вдалий;
- невдалий.

**Мовленнєвий хід.** Лінгвісти нині схиляються до думки, що структура діалогу є складною і не можна її зводити до сукупності мовленнєвих актів, які в діалозі досить часто трапляються (питання — відповідь, запит — консультація тощо). Тому існує необхідність опрацювання системи одиниць прагмалінгвістики, які б включали, крім повідомлень, більші одиниці комунікації. У діалозі такою одиницею вважають *мовленнєвий хід*, який охоплює повідомлення від початку розмови мовцем до зміни мовця.

Усі типи ходів об'єднуються у мовленнєві взаємодії, а мовленнєві взаємодії — у трансакції. Тобто утворюється ієрархія мовленнєвої діяльності в діалозі: повідомлення (мовленнєвий акт) — мовленнєвий хід — мовленнєва взаємодія — мовленнєва трансакція.

Основними типами мовленнєвих ходів є:

— обрамлювальний (виконує функцію позначення меж мовленнєвих взаємодій і сприяє переважно повертанню уваги співбесідника);

— фокусивний (має чіткі показники фокусування інформації, наприклад коментар);

— ініціальний (відкриває мовленнєву взаємодію, наприклад мовленнєвий акт ствердження, питання, вказування, обвинувачення тощо);

— підтримувальний (сприйняття, згода, відповідь, реакція тощо);

— протидіяльний (відмова тощо);

— продовжувальний (розвиває мотив розмови; ствердження і коментар);

— відтворювальний (вживається в тих випадках, коли попередніми мовленнєвими ходами були відмова, протидія тощо; ним може бути мета висловлювання, ствердження, коментар та ін.).

Приклад мовленнєвих ходів у діалозі подано у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Взаємодія мовленнєвих ходів і повідомлень  
(мовленнєвих актів) у діалозі**

Репліки діалогу	Мовленнєвий хід	Мовленнєвий акт
<i>Лінда</i> : Віллі!	Обрамлювальний	1. Номінація 2. Значуще мовчання
<i>Віллі</i> : Все в порядку. Я повернувся.	Підтримувальний	3. Відповідь 4. Ствердження
<i>Лінда</i> : Чому? Що сталося? Щось сталося, Віллі?	Ініціальний	5. Питання 6. Питання 7. Питання
<i>Віллі</i> : Ні, нічого не сталося.	Підтримувальний	8. Відповідь
<i>Лінда</i> : Ти не розбив машини, чи не так?	Підтримувальний	9. Питання
<i>Віллі</i> : Я сказав, що нічого не сталося. Хіба ти не чула?	Підтримувальний	10. Відповідь 11. Питання
<i>Лінда</i> : Ти себе погано почуваєш?	Підтримувальний	12. Питання
<i>Віллі</i> : Я смертельно втомився.	Підтримувальний	13. Відповідь

*А. Міалер*

Іноді замість терміна «мовленнєвий хід» уживають термін «мовленнєвий крок у діалозі», наголошуючи не стільки на змістовому аспекті діалогу, скільки на його динамізмі, факті зміни ролей мовців, русі розмови вперед (чи її «гальмуванні»).

Невід'ємною складовою діалогу є репліка.

*Репліка* (франц. *réplique*, від лат. *replico* — відбиваю) — окреме повідомлення осіб, які беруть участь у діалозі; складова діалогу, яка належить одному з учасників трансакції.

Цей термін спільний для мовознавства, літературознавства, сценічного мистецтва, мистецтвознавства тощо. Він звичний для побутового мовлення і мислення, оскільки позначає мовленнєву дію кожного з учасників діалогу без наголошування на змістовому та динамічному аспектах.

Отже, діалог як форма мовленнєвого спілкування завжди певним чином організований і структурований (за винятком штучно створених жартівливих або абсурдних діалогів). Одним із найважливіших засобів організації діалогу є його зв'язність.

**Засоби зв'язності й підтримки діалогу.** Проблему зв'язності порушують багато науковців, які теоретично обґрунтовують і деталізують типології засобів зв'язності в діалозі. Типологія російської лінгвістики О. Падучевої є найповнішою. Згідно з нею всі засоби зв'язності можна класифікувати на семантичні і прагматичні зв'язки.

**Семантичні зв'язки.** Це зв'язки між змістом реплік. Серед них виокремлюють:

— різноманітні семантичні повтори:

А.: Як ти вважаєш, Микола знає про це?

В.: Я вважаю, що він про це не знає.

— зв'язки за допомогою сполучників та інших семантичних показників:

А.: Чи він знає про це?

В.: І він також.

— зв'язки за типом кореферентності (позначення одного і того ж об'єкта, референта), що виражають єдність предмета мовлення:

А.: Микола знає про це?

В.: Цей віслюк навіть не здогадується!

**Прагматичні зв'язки.** Це зв'язки між репліками учасників, які забезпечуються структурою комунікативного акту, умовами його успішності, пресупозиціями (спільними знаннями) його учасників тощо. Існує декілька типів цих зв'язків.

**Узгодження реплік за іллокутивною функцією.** Іллокутивна функція повідомлення (функція наміру) — це вираження певного комунікативного наміру мовця:

прохання, наказу, поради, ствердження, висловлювання вдячності, питання тощо. До цього типу зв'язку належать співвідносні репліки, тобто природні зв'язки: за запитанням повинна йти відповідь. Якщо такого узгодження немає, виникають аномальні (девіативні) повідомлення, тобто «неправильні» діалоги, наприклад відомий жартівливий «діалог»:

- Здоров, кума!
- На базарі була.
- Чи ти глуха?
- Купила пітуха.

Мовленнєві акти (ходи) за іллокутивною функцією узгоджуються за певними законами:

- 1) природна реакція на ствердження — підтвердження або заперечення;
- 2) на запитання — відповідь (різних типів і структур);
- 3) на спонування — згода або відмова;
- 4) на експресиви (вдячність, вибачення, поздоровлення тощо) — чітко регламентовані відповіді.

Крім того, природною реакцією на кожен із цих типів реплік може бути перепитувальне або уточнювальне запитання:

А.: Ти ще не одружився?

В.: З ким?

або:

А.: Дай мені п'ять гривень.

В.: А для чого?

Співвідношення між репліками діалогу значно ускладнюється, коли комуніканти вживають непрямі мовленнєві акти, тобто повідомлення, іллокуція яких виражена не прямо, наприклад:

А.: Поїхали до Львова.

В.: Чого я там не бачив? (= не поїду).

або:

А.: Іване, ходи працювати!

В.: Живіт болить!

Друга репліка, крім свого прямого значення 'маю біль у шлунку', має смисл 'не підю працювати' з імплікатурою (тобто формально невираженим, але зрозумілим мовцям смислом) 'коли болить живіт, не працюють'. У таких випадках співбесідник повинен «вчислити» смисл.

Можливі помилки в силу того, що мовець іде за «стандартним сценарієм». Наприклад:



А.: Скажіть, будь ласка, де тут аптека?

В.: Аптека зачинена.

Однак А хотів лише дізнатись місцезнаходження аптеки як орієнтиру. В вирішив, що, оскільки запитують аптеку, то щось у ній повинні купити.

*Репліки, скеровані на умови мовленнєвого акту.* Сутність цього типу прагматичного зв'язку реплік полягає в тому, що репліка-відповідь спрямована на умови успішності мовленнєвого акту, а не на її зміст. Реакція слухача в тому, що він заперечує виконання цієї умови або ставить її під сумнів, вимагає від мовця підтвердження можливості здійснення саме цієї умови тощо:

А.: Де ти був?

В.: А тобі цікаво?

А.: Ти поїдеш зі мною?

В.: Що за питання?

*1. Мовленнєвий акт запитування.*

Важливою умовою відвертості є імплікатура: 'Слухач знає відповідь на запитання':

А.: Чому вони саме нас зупинили?

В.: Ви мене про це питаєте?

або:

В.: Запитай щось простіше!

Ще одна умова успішності: 'Слухач хоче повідомити інформацію', 'Слухач вважає запитання мовця законним, доречним':

А.: Що робитимеш ввечері?

В.: А нащо тобі це?

*2. Мовленнєвий акт ствердження.*

Умова відвертості — 'Мовець вважає (впевнений), що Р', де Р — певне судження:

*Моцарт:* ... А геній і злочинство — несумісні...

*Сальєрі:* Ти гадаєш?

Сюди належать усі «чому — репліки», наприклад:

А.: Я вважаю, що це неправда.

В.: Чому?

Друга умова успішності: 'Слухач не знає, що Р'. Ось типова репліка, звернена на цю умову:

А.: Іван приїхав.

В.: Ти цього не знав?

*Репліки, спрямовані на пресупозицію.* Зв'язність виявляється в тому, що слухач висловлює свою незгоду з пресупозицією (тобто мисленневою підставою) мовця. Для цього слухач повинен:

— виділити з репліки мовця семантичний компонент;

— оцінити його як пресупозицію;

— висловити свою незгоду з цією пресупозицією.

Наприклад:

— *Випий ще чаю, — сказав Березневий Заєць, нахилившись до Аліси.*

— *Ще? — перепитала з образою Аліса. — Я поки нічого не пила.*

або:

— *Зніми свій капелюх, — сказав Король Болванщику.*

— *Він не мій, — відповів Болванщик.*

Зв'язки реплік, засновані на імплікатурах дискурсу. Зв'язність реплік діалогу ґрунтується на формально не виражених, але відомих адресанту й адресату смислах.

А (стоячи біля машини): У мене закінчився бензин.

В.: Бензоколонка за роґом.

Відповідаючи таким чином, В повинен мати на увазі, що А потрібен бензин, який наявний на бензоколонці.

Проблема типів зв'язків реплік у діалозі залишається актуальною проблемою комунікативної лінгвістики.

**Вербальні й невербальні компоненти діалогу.** У процесі спілкування, істотну роль відіграють позамовні засоби. Це зумовлено тим, що вербалізації підлягає не вся інформація, що передається. «У людині, — зазначає І. Горелов, — із самого початку життя виховується навичка розподіляти увагу між вербальною і невербальною частинами комунікативного акту, завжди включеного в ширшу сферу, ніж власне мовленнєва діяльність».

До невербальних компонентів, як правило, відносять: акустичну, оптичну, тактильно-кінестезичну (пов'язану з тілесними відчуттями), ольфакторну (пов'язану із запахами) і темпоральну (пов'язану із часом) інформації у спілкуванні. Крім того, невербальними за своєю природою, хоча й знаковими, є компоненти інших семіотичних систем. Усіх їх інтерпретують як паралінгвістичні.

Максимальна міра впливу на комунікацію притаманна фонації (звуковому втіленню) та кінесиці (руховому супроводу). Так, *фонація* може використовуватись для уточнення складу учасників комунікації. Су-

часні американські дослідники проблем комунікації Г.-Г. Кларк та Т.-Б. Карлсон зазначають, що шепотінням мовець може виділити як учасників або адресатів невелику групу, даючи решті зрозуміти, що вони не є учасниками. Використовуючи надто голосне мовлення, мовець може досягти протилежного ефекту. Характер фонації залежить також від теми розмови (тембр голосу при освідченні в коханні інший, ніж у спілкуванні з продавцями).

Функції *кінесики* ще різноманітніші. Наприклад, постава і відстань між комунікантами виконують контактовстановлювальну і контакторегулювальну функції. Відстань під час мовленнєвого спілкування визначається характером стосунків між комунікантами: в офіційній розмові відстань більша, ніж в інтимній. Під час розмови не можна стояти боком до адресата; якщо мовець повернувся до нього спиною, то це означає, що адресат «виключений» з числа учасників спілкування.

Контактовстановлювальну і контакторегулювальну функції виконують і погляди. Наприклад, погляд мовця в бік слухача означає, що мовлення адресоване саме йому. Погляд може супроводжуватись жестами або киванням голови. Погляд слухача в бік мовця свідчить про увагу слухача. Якщо слухач час від часу відводить погляд від мовця, то мовець може вирішити, що його перестали слухати. З іншого боку, якщо мовець не дивиться на слухача, у того може скластись враження, що мовлення адресоване не йому. Погляд, як правило, також супроводжує зміну комунікативних ролей у діалозі.

Жести і міміка за своєю природою більш прагматичні, ніж семантичні. Посмикування плечима, розкинуті або притиснуті до серця руки, потирання рук, поляскування адресата по спині, кивання, підняття догори великого пальця, погроза пальцем, повітряний поцілунок, посмішка тощо — усі ці засоби використовуються мовцем для вираження внутрішнього стану і ставлення до адресата. У деяких випадках вони можуть виконувати також семантичну роль (наприклад, кивання чи хитання головою).

**Мовчання в діалозі.** Воно може бути *комунікативно значущим* (свідоме мовчання, наприклад у відповідь на чиесь запитання) і *комунікативно незначущим* (мовчання під час сну або виконання певних фізичних чи фізіологічних дій).

Комунікативно значуще мовчання буває кількох типів:

— мовчання при зміні комунікативних ролей у діалозі (сигнал, що адресант передає свої повноваження слухачеві);

— активне «мовчання слухача» (заповнюється киванням головою, поглядами, жестами, мімікою, поставою тощо);

— «мовчання мовця» замість говоріння (нульовий замісник вербальної реакції інтерпретується залежно від конкретної ситуації, смислу й ілюкутивної функції попереднього висловлювання або тексту). Воно може позначати згоду зі словами мовця, небажання адресата повідомляти необхідну інформацію, його нерішучість, слідування принципу ввічливості тощо;

— «мовчання еліптичного характеру» зумовлене законами синтаксису і знаходить вияв в еліпсисі, тобто пропускові синтагматично надлишкового елемента.

Схильність або несхильність до мовчання залежить від характеру особистості, етнічних, соціальних і культурних чинників. У деяких соціумах, наприклад у Японії, мовчання комунікативно більше навантажене і поціновується значно вище, ніж у Європі. Мовчання може мати також ритуальний зміст (наприклад, хвилина мовчання як ритуал вшанування пам'яті померлого).

У діалозі найважливіша роль належить вербальним засобам. Інші складові виконують допоміжну функцію, хоча їх не можна вважати другорядними. Фактично, не вони вмонтовані у вербальний контекст, а, навпаки, вербальний компонент вмонтований у невербальну сферу як у щось відпочаткове. Це пов'язано з тим, що невербальні компоненти власне комунікативної діяльності на етапі передавання повідомлення виявляють себе як рудименти найдавнішого способу спілкування. Тобто первісними є дії й мовчання. Мовлення в цьому сенсі є вторинним. Воно — результат означування дії й мовчання. Саме тому, вважаючи вербальний компонент основою комунікації, не варто ігнорувати інші її компоненти, навіть якщо вони мають вигляд зовнішніх і часом малосуттєвих уведень у вербальний корпус. Без них мовлення не буває. Істинну природу мовлення (і діалогу) можна зрозуміти лише з урахуванням усіх чинників, які супроводжують мовлення.



## Організація полілогу

Комунікативна взаємодія більше ніж двох людей — часте явище повсякденного життя. Це спілкування у сім'ї, сформованих трудових, спортивних, навчальних колективах, групах людей за інтересами, тимчасових і випадкових групах (у транспорті, чергах тощо). Спілкування у таких групах має характер полілогу.

Полілог відбувається не хаотично, а за певними законами. Донедавна вважалося, що полілог організований за тими самими правилами, законами, стратегіями, що й діалог. Лише у 80-ті роки минулого століття дослідили, що організація полілогу, його початок, плин, завершення, рух у ньому інформації тощо суттєво відрізняються від аналогічних складових діалогу.

Однією із закономірностей організації та плину полілогу є те, що мовці здійснюють іллокутивні акти не лише стосовно адресатів, а й щодо інших його учасників («слухачів»). На відміну від типових слухачів (не учасників полілогу, а випадкових осіб або «підслухувачів»), учасники є активними дійовими особами полілогу, але в певний момент пасивними. З цього випливає одна з визначальних рис полілогу — наявність іллокутивних актів, спрямованих на адресата (ствердження, прохання, обіцяння, вибачення), та іллокутивних актів, скерованих на учасників. Йдеться про інформативи.

***Інформатив** — мовленнєвий акт, за допомогою якого мовець інформує всіх учасників полілогу про той іллокутивний акт, який він здійснює одночасно стосовно всіх учасників комунікації.*

Особливістю інформативів (на відміну від звичайних іллокутивів, скерованих на адресата) є їх здатність накопичуватися. Наприклад, у розмові беруть участь три особи. Коли одна особа ставить запитання другій, мається на увазі, що третя стежить за цим запитанням, хоча воно поставлене не їй. Тобто кожен з комунікантів повинен бути в курсі того, про що йдеться в розмові, і ніби вести протокол, який постійно поповнюється і стає частиною спільного фонду кожного учасника. При кожній наступній репліці відповідний мовець виходить з наявності загального семантичного та прагматичного фону, який склався у цей момент; усі учасники розмови додають до свого загального фону те нове, що наявне в

даній репліці. Якщо цього немає, то виникають аномалії й загроза продовженню комунікації.

У полілозі беруть участь мовець, адресат, учасники та випадкові слухачі. При цьому стратегії спілкування мовців з трьома іншими типами осіб відрізняються: для адресата — класичний іллокутивний акт; для учасника — інформатив; для випадкового слухача — ігнорування. Мовець може і сам розподіляти ці ролі, наприклад ігнорувати когось із учасників, залишаючи йому роль випадкової особи.

Розподіл ролей здійснюється шляхом:

- просторового розташування учасників (це передусім відокремлення випадкових слухачів від власне учасників, які розташовуються ближче; між ними не повинно бути бар'єрів);

- перебігу розмови (це продовження теми; обмін репліками, частіший, ніж з іншими тощо);

- жестів (за їх допомогою частково виділяються учасники; важлива роль кивання головою; коли мовець повертається спиною, то деякі особи опиняються поза комунікацією);

- манери мовлення (це дає змогу виокремити одного чи кількох адресатів);

- змісту мовлення (учасники можуть визначатися за допомогою звертань та інших засобів).

**Особливості спілкування в малих мовних групах.** Спілкування між кількома індивідами — це складна система взаємодій різного характеру. Тому посилилась увага дослідників до вивчення проблем спілкування в різних усталених соціальних мікроколективах (малих групах).

*Мала група* — нечисленна соціальна група, члени якої об'єднані спільною діяльністю і перебувають у безпосередньому особистому контакті, що слугує основою виникнення як емоційних стосунків (симпатії, неприязні, байдужості), так і особливих групових цінностей і норм поведінки.

Це, як правило, групи від трьох до десяти-п'ятнадцяти осіб.

Фахівці з проблем соціальної психології зазначають, що мала група розвивається на основі спільної мети, яка породжує спільну діяльність, спільні цінності й способи взаємодії, за безпосереднього контакту осіб у групі, що створює можливості для міжособистісного спілкування.

Залежно від віку людей, їх освіти, рівня оволодіння культурою малі групи поділяють на первинні та вторинні.

**Первинні групи** — соціально-мовні колективи, в межах яких відбувається соціалізація особистості, тобто оволодіння мовою, культурою етносу, загальнолюдськими цінностями тощо.

До них належать сім'я, школа, дитячий садок тощо. У цих групах формується ставлення людини до світу, до інших людей, а також здійснюється самооцінка.

**Вторинні групи** — соціально-мовні колективи, в межах яких поглиблюється або модифікується соціалізація людей.

Залежно від способу виникнення малі групи поділяють на формальні і неформальні.

**Формальна група** — група, створена за чимось рішенням, у межах якої здійснюються ділові контакти, спрямовані на виконання групових завдань.

До формальних груп належать трудові, спортивні та інші колективи.

**Неформальні групи** — групи, які виникають спонтанно, внаслідок соціальної взаємодії людей, зацікавленості, симпатії тощо.

Це, наприклад, групи підтримки кандидатів у депутати, групи уболівальників, фанатів та ін.

Кожен індивід, як правило, є членом кількох малих груп, у яких він пристосовується до їхніх вимог, зокрема вимог спілкування. Однак кожен віддає перевагу перебуванню в одній з них, де має змогу найповніше реалізуватися. Таку групу називають *референтною*.

Саме у межах малих груп і формується спільність мовних засобів і схожість правил їхнього використання, наявність ustalених мовленнєвих шаблонів, певна конфліктність чи, навпаки, безконфліктність мовленнєвої поведінки членів групи тощо.

Український соціальний психолог Л. Орбан-Лембрик, розглядаючи сфери активності індивідів у малих групах, виокремлює систему зв'язків і відносин, породжених спільною діяльністю і спілкуванням. На її думку, система зв'язків, що породжується спілкуванням, включає в себе зв'язки комунікативні, емоційні, рольові й неформально-статусні.

Дослідники малих мовних груп акцентують на комунікативному потенціалі групи.

**Комунікативний потенціал групи** — можливості групового спілкування, які можуть бути використані для забезпечення всіх її внутрішніх і зовнішніх реальних стосунків і зв'язків.

Для теорії комунікації важливим є те, що психологічну основу комунікативного потенціалу групи формують грувові норми, цінності, цілі, традиції, манера поведінки, комунікативний досвід. Комунікативний потенціал — динамічний у часі й просторі.

**Структура малих груп.** Малі групи завжди структуровані: є лідер і члени, які перебувають на різній «дистанції» стосовно нього. Найбільш віддалений стає комунікативним аутсайдером. Вплив мовленнєвої специфіки лідера, як й інших його якостей, на групу може бути значним.

**Мовленнєва гомогенність (однорідність) групи.** Як правило, людина формує своє мовлення з орієнтацією на групові очікування, на те, як прийнято розмовляти саме в цій групі. Це є ознакою того, що він «свій». Лексика, вимова, жести, міміка, інтонація тощо відіграють роль символів належності до цієї групи; за ними впізнається «свій» та визначається «чужий».

Найважливішими умовами мовної гомогенності малої групи є згуртованість, наявність лідера, час контактування членів групи, регулярність контактів, один код.

**Групові шаблони мовлення.** Вони відрізняють групу від інших груп. Ними можуть бути окремі мовні одиниці; фрагменти висловлювань або діалогів, які вже звучали в цій групі; специфічні початки і закінчення мовленнєвих актів; цитати зі спільних улюблених творів, мовлення лідера або когось із членів групи тощо. Це своєрідні правила «мовної гри» членів групи. З часом учасники мовної групи виробляють навіть схожу манеру мовлення.

**Особливості мовлення.** Індивіди починають спілкування з різними установками, метою, емоціями. Різною є також міра участі в спілкуванні, зацікавленості у ньому. З початком спілкування хтось оволодіває комунікативною ініціативою, і саме його мовленнєві ходи можуть визначати розвиток спілкування. Трапляється й так, що комунікативна ініціатива переходить від одного учасника розмови до іншого. Цей перехід відбувається як з волі того, хто володів ініціативою до певного часу, так і в комунікативній боротьбі. Деякі комунікативні ходи і навіть стратегії функціонально скеровані на утримання або оволодіння ініціативою. Комунікативна ініціатива виявляється в домінуванні ініціальних



ходів (запитань, наказів, прохань), часто таких, що відкривають типові обмінні структури; в умисній комунікативній неузгодженості, у випадках невиконання очікуваного реактивного ходу; в контролі зміни комунікативних ролей, способів розвитку теми; у встановленні й контролі норм спілкування, стилю тощо.

У межах малих мовних груп виявляються й інші особливості спілкування. Деякі вчені виділяють дві тенденції полілогічного спілкування:

- згортання, елімінація (виключення) засобів, які називають (номінують) об'єкт мовлення;
- деталізація засобів, які характеризують об'єкт мовлення.

Ці процеси відбуваються тому, що спільний досвід членів групи, набутий у тривалій спільній діяльності та взаємному спілкуванні, служить надійною опорою повного взаєморозуміння і безекспліцитного називання предмета мовлення. Однак обмін характеристиками цього предмета, його оцінками з боку різних членів групи часто становить сутність внутрішньогрупової комунікації. У цьому сенсі внутрішньогрупове мовлення нагадує внутрішнє мовлення людини (автокомунікацію).

## 2.4. Породження і сприйняття мовлення як основа комунікації

Спілкування — специфічна психокогнітивна діяльність людей, в основі якої — процеси породження і сприйняття мовлення у конкретному комунікативному контексті й ситуації.

### Породження мовлення як процес

Нормальне використання мови людиною — це передусім уміння говорити і писати, тобто створювати, породжувати нові тексти.

*Породження (продукування) мовлення (ПМ) — один із головних (поряд зі сприйняттям та розумінням) процесів мовленнєвої діяльності, який полягає у плануванні та реалізації мовлення в звуковій або графічній знаковій формі.*

У лінгвістичній літературі поряд з терміном «породження мовлення» вживають термін «вербалізація». У контекстах, де йдеться про втілення мислення в мовній формі, їх можна використовувати як синонімічні.

Породження мовлення характеризується певними особливостями:

1. ПМ — це мисленнєво-мовленнєва діяльність людини, а тому має всі риси та складові діяльності: інтенцію, задум, реалізацію, мету, зворотний зв'язок тощо. *Інтенціональність* — одна з найважливіших рис ПМ.

В аспекті діяльнісної теорії ПМ постає як система правил поводження з одиницями, що формують внутрішній лексикон людини і конструюють повідомлення, як проблема вибору певних одиниць із сукупності наявних, а інколи — як проблема створення нових одиниць.

2. Це один із видів когнітивної діяльності. Говоріння — це не простий переказ словами змісту думки мовця, а складна система адаптацій, пов'язана з просуванням до бажаної мети в спілкуванні. А це означає, що мовець повинен брати до уваги велику кількість чинників, пов'язаних із соціальними, психічними, психологічними, фізичними та іншими аспектами вияву особистостей адресатів (аудиторії), конституцією спілкування, зокрема контекстом культури, можливими ефектами впливу свого мовлення тощо.

3. ПМ — це процес ословлення думки, задуму, а тому обов'язково зорієнтований на організацію майбутнього повідомлення, тобто його підготовку і втілення в мовленнєві форми. Як зазначає О. Кубрякова, «глобальний образ того, що потрібно виразити в мові, повинен бути розчленований і структурований відповідно до способів і стереотипів мовного вираження, наближений до можливостей лінійного розгортання». Тобто смисли (сприйняття і пропускання світу крізь себе), що народжуються в мовленні, повинні бути співвіднесені з мовними структурами та мовними одиницями. Більше того, задумане повідомлення повинно співвідноситися з певним типом текстів (дискурсів).

Структурна організація конкретної ідіоетнічної мови впливає на розгортання мислення і мовлення. Саме це мав на увазі Л. Виготський, коли писав, що думка твориться у слові. Англійський мовознавець В. Чейф вказував, що зв'язок мовлення з розумінням виявляється в тому, що мовець адаптує своє мовлення до того, що, як йому здається, адресат думає у дану хвилину. Це свідчить про наявність у процесах ПМ певних когнітив-

них структур, які перебувають між думкою і висловлюванням. Ці структури (на етапі розуміння процесу вербалізації) ототожнюються з фреймами і вважаються складовою внутрішнього мовлення.

*Фрейм* (англ. frame) — структура, що репрезентує стереотипні ситуації у свідомості людини і призначена для ідентифікації нової ситуації, що ґрунтується на ситуативному шаблоні.

4. ПМ — це поетапне втілення задуму в структури мови. Етапи (стадії) процесу ПМ (планування і реалізація мовлення) виділяють умовно, для зручності аналізу самого процесу, який насправді є цілісним. Тобто планування мовлення і його реалізація відбуваються паралельно.

5. Загальний задум мовлення у процесі ПМ змінюється під впливом внутрішніх (психічних, психологічних тощо) і зовнішніх (соціальних, часових, просторових та інших, пов'язаних із контекстом та ситуацією спілкування) чинників.

6. ПМ, особливо породження тексту (дискурсу), підлягає не лише семантичним, морфологічним і граматичним законам, а й правилам викладу, загальній прагматиці мовлення.

7. Істотна роль пам'яті в процесах ПМ. Вона дає змогу мовцеві звертатись до вже сказаного, апелювати до минулих подій, тримати в полі зору загальний комунікативний задум тощо.

8. ПМ відбувається під певним контролем з наявністю зворотного зв'язку (абсолютний контроль неможливий).

Отже, ПМ — це залежний від структури мови поетапний лінгвокогнітивний процес переходу від особистісних смислів адресанта до узуалізованих мовних значень, зрозумілих адресату.

### Моделі, етапи і рівні породження мовлення

У наукових дослідженнях створено значну кількість моделей ПМ. Їх можна розглядати через призму того, як саме у них представлений породжувальний процес і якій стратифікації він підданий у певній моделі. З огляду на це виокремлюють два типи моделей: рівневі та циклічні.

*Рівневі моделі.* Серед них моделі Б. Нормана, Л. Виготського, О. Леонтьєва та Т. Рябової, Т. Ахутіної (Рябової), О. Лурії, С. Кацнельсона. Отримали назву

рівневих, оскільки їх автори, досліджуючи процеси вербалізації, «утілеснення» думки в мові, орієнтувались на поняття рівнів мовної системи (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

## Рівневі моделі 60—80-х років XX ст.

Автор схем	Етапи					
	I	II	III	IV	V	VI
Виготський Л. С. (1934)	Мотив	Думка	Внутрішнє слово	Значення зовнішнього слова	—	Слово
Леонов О. О., Рябова Т. В. (1970)	Мотив	Думка	Внутрішнє програмування висловлювання	Лексична розгортка; граматичне конструювання	—	Зовнішнє мовлення
Ахутіна Т. В. (1975)	Мотив	Думка (мовленнєва інтенція)	Внутрішнє програмування	Смислово-структура; граматична структура	Кінетична програма	Зовнішнє мовлення
Лурія О. Р. (1975)	Мотив	Основна думка висловлювання	Семантичний запис	Глибинні семантичні структури	Поверхневі семантичні структури	Розгортка морфологічна, фонетична
Кацнельсон С. Д. (1972)	—	Квантування елементів свідомості на пропозиції	Глибинно-семантичне, синтаксичне структурування	Відбір лексичних одиниць, граматичних форм	Схеми вимовляння	Фонаційне виконання

*Модель Б. Нормана.* У цій моделі послідовність процесу ПМ співвіднесена із системою рівнів мови (рис. 2.8).



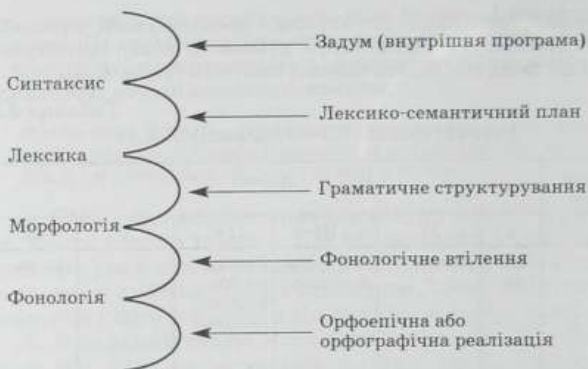


Рис. 2.8. Модель Б. Нормана

На *денотативному (предметному) рівні* в правій півкулі головного мозку формується цілісне уявлення щодо явища, про яке хоче розповісти мовець: починається створення суб'єктивного смислу висловлювання. У внутрішньому мовленні виформовується десигнат, тобто означуване, змістовий бік мовного знака, і з'являється «протопредикат» з аргументами, у яких ще не уточнено рольову структуру. Цей «протопредикат» задає сценарій, у межах якого «розігрується дія» майбутнього висловлювання. Пізніше, на *вербально-синтагматичному рівні*, відбувається *лінеаризація* (лінійне розгортання) понятійно-рольової структури (перетворення її на завершений синтагматичний ланцюжок). На цій сходинці вводиться три підрівні — *синтаксичний, лексико-морфологічний і фонетичний (графічний)*, кожен із яких характеризується своїм набором структур, одиниць і співвідношень між ними, а також механізмом перетворення цих структур на структури наступних підрівнів.

Однак процес мислення, зокрема процес ПМ, характеризується й особливостями, які не залежать від рівневої організації мови. Водночас незаперечним залишається положення, згідно з яким специфіка системно-структурної будови мови більшою чи меншою мірою впливає на процеси породження і сприйняття мовлення.

У цих моделях людська думка толмачиться як автономна, така, що перебуває у свідомості людини сама по собі. У деяких з них уже простежується зародження

циклічного бачення ПМ, хоча загальна рівнева природа ще зберігається.

**Циклічні моделі.** Помітною рисою всіх моделей цього типу є орієнтація не на рівні мови та притаманні їм одиниці, а на цикли процесу розгортання думки, реалізації програми мовлення, задіяння принципу поєднання рівнів, коли ланцюжок одного рівня стає компонентом іншого. До циклічних моделей відносять модель І. Зимньої та модель М. Бергельсона і А. Кібрика.

**Модель І. Зимньої (психологічна).** Основними «циклами» ПМ є спонукальний, формуючий і реалізуючий. На кожному з них наявні свої «блоки» операцій. Так, у межах *спонукального циклу* є блок, що об'єднує комунікативний намір мовця, задум мовлення і його мотив; у межах *формуючого циклу* є блок, що об'єднує просторово-понятійну схему майбутнього висловлювання зі схемою часового розгортання висловлювання на смислотвірній фазі з блоком словесно-граматичного структурування на фазі формулювальній та ін. У межах *реалізуючого циклу* важливу роль відіграють закони сполучуваності елементів мовного коду з урахуванням їх специфіки на кожному рівні (фонологічному, морфологічному, лексико-семантичному і синтаксичному).

У цій моделі передбачені процеси паралельного, а не послідовного характеру, контроль мовця за всіма процесами на всіх етапах.

**Модель М. Бергельсона і А. Кібрика.** Вона доповнена даними спостережень над девіаціями мовлення Ф. Бачевича. У цій моделі виділяються домовленісві етапи із притаманними їм специфічними когнітивними процесами: членування початкового задуму, категоризація, пропозиціонування, побудова поверхневої структури повідомлення.

• **Членування початкового задуму.** На цьому етапі діяльність мислення полягає в тому, що мовець оперує специфічними даними свого попереднього досвіду — енграми («слідами», «записами»), передусім образами речей і предметів, людей та інших живих істот, уявленнями тощо. Це *прототиповий рівень* пам'яті, у межах якого виявляються узагальнені результати досвіду носіїв мови — уявлення про предмети, ознаки, знання сценаріїв тощо. Ще О. Потебня писав, що «на дословесному етапі мови могли бути об'єднані відомі низки вражень..., але сам зміст цих вражень не був розкладений,

розчленований. Крім того, існувала маса не пов'язаних, але об'єднаних у такі низки вражень».

У мозку людини є декілька систем: нейрофізіологічна як складна мережа енграм двох різних типів (предметно-образних і мовних), а також системи їх співвідношення і поєднання. Для реалізації мовлення необхідне поєднання елементів невербальної й вербальної пам'яті, взаємне їх перекодування. Це перекодування пов'язане з роботою різних півкуль мозку та їхнім об'єднанням в єдину функціональну систему зв'язків. Правій півкулі властиве цілісне й одномоментне сприйняття світу; лівій — здатність до послідовного, ступеневого пізнання, аналізу, членування. Енграми як оперативні одиниці свідомості й мислення, народжені в правій півкулі, пов'язуються з їхніми мовними корелятами в лівій. Зв'язок півкуль — це перехід від цілісного сприйняття ситуації до її членування, від фрейму — до його складових. Лінгвістично це можна уявити як трансформацію багатомірних структур багатозначного контексту в лінійно організовані.

Наявність механізмів членування задуму на окремі складові, які називаються аспектами, підтверджують дані нейролінгвістики. Зокрема, російський нейролінгвіст О. Лурія, спостерігаючи за одним із типів динамічної афазії (грец. *aphasia* — повна або часткова втрата здатності усного спілкування у результаті ураження головного мозку), писав, що хворі скаржаться на відсутність чіткого внутрішнього уявлення про те, що їм потрібно сказати, що їхня думка «не рухається», «нерозчленована думка не виходить за межі загальної, неформленої інтенції». Це є свідченням наявності когнітивно-мовленнєвих механізмів членування задуму на аспекти.

Про механізми членування початкового задуму свідчить значна кількість випадків девіацій (помилки, недоречностей), пов'язаних з ними\*. Розглянемо приклад із повісті А. Платонова «Котлован»: *Жачев... роздробив візок поміж тілом і землею, дякуючи падінню*. Для реалізації початкового задуму — зображення події «роздроблення» інвалідного візка внаслідок падіння Жачева — автор обрав декілька, на його думку, важливих аспектів її деталізації: 1) падіння Жачева; 2) по-

\* Приклади мовних девіацій взято з художньої літератури і з мовлення футбольних коментаторів.

ломка візка; 3) причина поломки — удар тіла Жачева і падіння на землю; 4) тіло Жачева під час падіння було зверху; 5) земля знаходилась знизу; 6) візок перебував між тілом Жачева і землею. Конситуація, в якій вжито це висловлювання, а також урахування «нормального» стану речей у світі роблять зайвою експлікацію аспектів 4, 5, 6, оскільки, як правило, вони повинні були б стати пресупозицією висловлювання, тобто його імпліцитними складовими. Якщо порушено згаданий «нормальний» стан речей, породжений «наївною фізикою», можливим було б виділення аспекту «візок розбився, зіткнувшись з тілом Жачева». Оскільки цього немає, то аналізоване висловлювання могло б бути експліковане таким чином: *Внаслідок падіння Жачев роздробив візок своїм тілом.*

• *Категоризація.* Виділення аспектів (складових) у межах початкового задуму не є тією ланкою вербалізації, з якої починається власне ословлення або породження поверхневої структури. Це неможливо через абстрактність цих аспектів. Обов'язковим є процес категоризації, або їхнього віднесення до певного узагальненого типу ситуацій (у широкому сенсі слова). Цей процес є наближенням виділених абстрактних аспектів до достатньо стандартизованих (узуальних) лексичних і граматичних структур, які є в кожній ідіоетнічній мові. В. Чейф пов'язує ці процедури з підведенням аспектів або під категорії подій, ситуацій, або предметів, уявлень про них, М. Бергельсон і А. Кібрик — з уявленням про деяку узагальнену ситуацію. При цьому дані афазій свідчать про специфіку категоризації подій (типу *Пес гавкає*) і відношень (типу *Сократ — людина*) (О. Лурія). У концепції авторів моделі «Смисл ↔ Текст» цей етап (модуль) вербалізації відповідає «семантичному представленню» (СемП).

Матеріал мовленнєвих девіацій також засвідчує наявність специфічних когнітивно-лінгвальних чинників, що діють на цьому етапі (або засвідчують специфіку механізмів модуля). Розглянемо приклад: *Гравці обох команд багато помиляються, тому що температура поля ще холодна.*

Аналіз цього висловлювання свідчить, що його аномальність зумовлена не виділенням аспектів початкового фрейму, тобто констатацією 'гравці обох команд багато помиляються' і 'ці помилки зумовлені твердим полем', а чимось іншим. Причина помилковості цього



висловлювання полягає в тому, що мовець другий аспект неправильно категоризував: помітне вагання між спробою категоризації прямого мовленнєвого смислу 'поле холодне, а тому грати важко' і непрямого 'температура поля низька'. Це явище можна назвати контамінацією виділених на етапі розчленування початкового задуму категорій. Тобто основною причиною аномального поверхневого втілення початкового фрейму стала ненормативна категоризація аспектів. Виходячи зі значної кількості мовленнєвих девіацій схожої природи, є підстави стверджувати про існування специфічних когнітивно-лінгвальних механізмів, які відповідають за підведення виділених мовцем аспектів під певні категорії, які в подальшому формують структуру висловлювання вже на етапах зовнішнього мовлення.

• *Пропозиціювання.* Цей етап отримав таку назву з огляду на те, що його результати — пропозиції — є основою семантичного представлення будь-якого повідомлення. У процесах вербалізації важливе значення для мовця має усвідомлення ієрархії та структури ролей, які виконуватимуть учасники комунікацій. З лінгвістичної точки зору — це вибір конкретної «протосхеми» майбутнього висловлювання як чогось цілого, формування його «матриці».

У межах цього етапу значно чіткіше «вимальовуються» типи співвідношень і синтаксичні ролі знайденого позначення або позначень; внутрішнє слово сприймається або як функція, що вимагає свого аргументу, або як аргумент, який повинен відповідати «своїй» функції. Відбувається семантичне узгодження одного з іншим, розподіл позначень за синтаксичними позиціями тощо. Цей етап вважають глибинно-синтаксичним, оскільки на ньому відбувається взаємне, значно глибше, ніж на попередніх етапах, узгодження когнітивного і лінгвального, вибір лексико-синтаксичних засобів, які найповніше відповідають початковому задуму.

На цьому етапі виявляється значна кількість мовленнєвих девіацій, зокрема накладання синонімів з різною синтаксичною сполучуваністю. Наприклад:

[Варка:] *Коли я вчилася в гімназії, мене товаришки звали «покритчучка» і сахалися товаришувати зі мною (Осьмачка Т. Старший боярин).*

У цьому прикладі спостерігається поєднання синонімічних виразів *сахалися мене і не хотіли товаришувати зі мною*.

• *Побудова поверхневої структури повідомлення.* У сучасних концепціях мовленнєвої діяльності лексикон мовця постає як організована єдність слів, яка відіграє істотну роль у процесах породження і сприйняття мовлення, у взаємозв'язках концептуальних і мовних структур. Лексикон — це не «склад» одиниць, організований для пошуку і знаходження потрібної одиниці, а діюча система, в якій кожна одиниця «записана» разом з інструкцією для її використання з даними про її оперативні можливості, притому за всіма можливими напрямками її вживання — прагматичним, власне формальним, семантичним. З когнітивних позицій структура лексикону мовця постає як сукупність різноманітних взаємозв'язків, найпоширенішими з яких є пропозитивні, що виявляються як стійкі валентні моделі, закріплені в пам'яті носіїв мови у вигляді глибинних предикацій. Будь-яке порушення таких зв'язків стає причиною мовленнєвих девіацій. Наприклад:

*...Лундик Гордій приїхав до своєї тітки Горпини Корецької, яка була йому і за батька і за матір рідну, бо він їх позбувся ще раннього дитинства (Осьмачка Т. Старший боярин).*

Йдеться про втрату Гордієм батьків ще в ранньому дитинстві, а тому нормативно аналізоване повідомлення повинно було б мати форму *бо він їх втратив ще в ранньому дитинстві*.

Отже, циклічні моделі ПМ порівняно з рівневими — гнучкіші, здатні пояснити механізми виникнення мовних помилок у спілкуванні, «вписавши» їх у коло мисленнєво-мовленнєвих процесів вербалізації. Однак з бігом часу ці моделі стали доповнюватись і уточнюватись моделями інтегративними.

*Інтегративна модель породження мовлення.* Її авторами є американські, німецькі та російські лінгвісти, психолінгвісти і теоретики мовленнєвої діяльності, зокрема Н. Хомський, Е. Ланг, Дж. Соммерс, О. Кубрякова та ін. Згідно з нею процес вербалізації здійснюється не поетапно, а з порушеннями порядку стадій у різних типах мовлення; про фази чи етапи породження мовлення можна говорити лише умовно, маючи на увазі можливість їх паралельної реалізації. Ще Н. Хомський зауважував, що було б нелогічно вважати, ніби спочатку мовець добирає синтаксичну структуру речення, а згодом заповнює її лексикою. Насправді ж мовлення планується

ся і реалізується не послідовно, речення за реченням, а іншим чином. Процеси породження мовлення залежать від багатьох чинників, серед яких найважливішими є мовна здатність людини, її інтелект, оперативне мислення, база знань, що міститься в лексиконі, а також психіка, емоції, почуття мовця тощо.

**Рівні породження мовлення.** Загальна база даних з точки зору когнітивної лінгвістики охоплює мовні знання (фонетику, граматику і словник, знання про вживання різноманітних мовних одиниць і правила їхньої комбінаторики), позамовні (отримані внаслідок предметно-пізнавальної діяльності людини) і знання принципів мовленнєвого спілкування, орієнтації в потенційних можливостях окремих мовленнєвих актів, різноманітних типах текстів і умовах їхнього використання; знання про адресата, ситуацію спілкування та ін.

Дані психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, теорії мовленнєвої діяльності свідчать про те, що різноманітні знання людини зберігаються в пам'яті в різних формах, які утворюють складну гетерархію когнітивних структур. Найважливішими рівнями інтелектуальної організації людини є *епізодичний* (оперує окремими складовими), *прототиповий* (оперує прототипами і стереотипами) та *семантичний* (оперує значеннями та смислами). У цій гетерархії кожна комунікативна одиниця розглядається як вербально сформований фрагмент цілісної системи знань про світ. Тобто процес вербалізації активізує когнітивні та мовні структури в їхній постійній взаємодії.

Водночас автори цієї концепції не заперечують відмінностей мовленнєво-мисленнєвої взаємодії чинників на домовленнєвому (внутрішньому) і власне мовленнєвому (зовнішньому) етапах, зокрема специфічності механізмів членування задуму, формування особистісних смислів, їхнього переходу в значення. Для авторів цієї моделі істинною залишається думка Л. Виготського, що загальний напрям мовленнєво-мисленнєвого процесу можна визначити як рух від «мотиву, що породжує будь-яку думку, до формування самої думки у внутрішньому слові, а згодом у значеннях зовнішніх слів і, нарешті, в словах».

Узагальнюючи інтегративні теорії ПМ, О. Кубрякова пропонує схему вербалізації думки в мові (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Інтегративна схема вербалізації думки в мові

Отже, згідно з інтегративними моделями процеси ПМ залежать не лише від мовної здатності людини, а й від її інтелекту, оперативного мислення, всієї бази знань, орієнтації у конситуації, в особі слухача (читача), соціальних та інших чинників спілкування.

### Проблеми, пов'язані з процесом сприйняття мовлення

Комунікація людей — двобічний процес, мовленнєво-мисленнєва діяльність адресанта й адресата в динаміці творення спільних смислів. Комунікація унеможливується, якщо з якихось причин адресат ухиляється від спілкування, перестає сприймати й інтерпретувати повідомлення адресанта. Тобто сприйняття — обов'язкова умова будь-якого спілкування.

*Сприйняття чужого мовлення* — різновид мовленнєвої діяльності людини, яка полягає в установленні смислу почутих (прочитаних) повідомлень, текстів, усвідомленні авторських текстових (дискурсивних) стратегій, інтенцій тощо.

Сприйняття — не дзеркальне відображення мовлення, а процес, який має свою специфіку та механізми розгортання. Це багатоаспектне і складне явище, яке стало інтердисциплінарною сферою досліджень гуманітарних, природничих та «комп'ютерних» наук. Виявляє інтерес до розуміння живої природної мови і філософія, яка розглядає місце та статус сприйняття (розуміння) у проце-



сах пізнання, співвідношення знання і розуміння, розуміння і картини світу тощо. Наприклад, сучасний німецький філософ Х.-Г. Гадамер наголошував на тому, що мова є універсальним середовищем, у якому здійснюється розуміння, а засобом розуміння є тлумачення.

Багато понять із цієї проблеми було закладено ще в середньовіччі, коли існували три спеціальні науки, зорієнтовані на розуміння і тлумачення тексту: герменевтика, екзегетика та гомілетика. *Герменевтика* використовує текст і обмежується ним для розуміння закладеної в ньому інформації; *екзегетика* не тільки використовує текст, а й звертається до контексту, в якому створювався текст; *гомілетика* до того ж оперує загальними відомостями про тогочасні морально-етичні норми, мотиви та мету автора, його особистість тощо.

Щодо проблеми розуміння існує декілька точок зору. Сучасний російський філософ В. Ніпанов виділяє три основні напрями: філософсько-методологічний, логіко-лінгвістичний та психологічний. У межах *філософсько-методологічного напрямку* розуміння розглядається як пізнання, пояснення, раціональність, знання, картина світу, інтерпретація, тлумачення. У *логіко-лінгвістичному*, а також у літературознавчому та культурознавчому напрямках розуміння зіставляється з такими категоріями, як смисл, текст, мовна комунікація, використання знання, фрейм, сценарій, діалог тощо. У межах *психологічного напрямку* розуміння пов'язують з поняттями «діяльність», «дія», «спілкування», «міжособистісні стосунки» тощо.

Шлях, який проходить реципієнт, сприймаючи повідомлення і текст (дискурс), можна подати у вигляді ланцюжка:

фізичне сприйняття повідомлення (тексту);



розуміння прямого, «поверхневого» значення;



співвіднесення з конситуацією, контекстом (у широкому сенсі);



розуміння «глибинного» значення;



співвіднесення з фондом знань, пресупозиціями;



інтелектуально-емоційне сприйняття повідомлення, усвідомлення його смислу, концепту, а також інтенцій адресанта.

Усвідомлення смислу повідомлень (дискурсів, текстів) у мовленнєвому спілкуванні передбачає адекватне реагування у мовній або в будь-якій іншій формі (синтез повідомлення або тексту; тлумачення тексту; переказ; реферування тощо).

Останніми роками особливо популярною стала *когнітивістська точка зору* щодо поняття «розуміння». Згідно з нею розуміння — це інтерпретація, яка відбувається у межах декількох модулів (лат. *modulus* — міра):

1. Використання мовного знання. Адресат, сприймаючи повідомлення, спирається на своє знання мовного коду, його організації тощо. Ці знання можуть суттєво відрізнитися в різних носіїв мови.

2. Побудова і верифікація (перевірка істинності) гіпотетичних інтерпретацій. Сприймаючи мовлення адресанта, співбесідник не чекає, поки він завершить повідомлення, щоб почати його аналізувати: розуміння відбувається паралельно лінійному сприйняттю мовлення. Ця гіпотетична інтерпретація ґрунтується на вже сказаному адресантом раніше, на розумінні його інтенцій (яке може бути приблизним), сприйнятті контексту й ситуації спілкування тощо.

3. «Засвоєння» сказаного. На основі почутого вибудовується модельний світ адресата. Він може збігатися або не збігатися зі «світом» (інтенціями) адресанта. Це лише модель інтенцій адресанта, сформована адресатом. Результатом цього є створення «поля напруги» між почутим (прочитаним, побаченим) і його інтерпретацією.

4. Реконструкція намірів адресанта. Здійснюється за двома напрямками:

— встановлення того, що мається на увазі;

— розпізнання стратегічного задуму адресанта (автора твору).

5. Встановлення міри розходження між внутрішнім і модельним світами. Вдумливий інтерпретатор завжди передбачає можливість такого розходження (йдеться про терпимість до неточностей у висловлюваннях адресанта).

6. Встановлення зв'язків усередині модельного і внутрішнього світів. Конструюється «поле напруги» у модельному і внутрішньому світах. Розрізняються тло і фокус розуміння. Тло виформовується внесенням у модельний світ неусвідомлених пресупозицій (попередніх знань про організацію світу) інтерпретатора. Фокус розуміння — виділена з тла найважливіша складова.

7. Зіставлення модельного світу з безпосереднім сприйняттям дійсності. Це зіставлення істинного стану речей з тим, що адресат «добув» з тексту адресанта, що він увів у фокус.

8. Зіставлення з лінією поведінки. Це орієнтація на непрямі мовленнєві акти, рівень їх розуміння; орієнтація інтерпретатора в питаннях, що обговорюються, здатність запам'ятовувати смисл реплік, уміння й можливість ставити запитання тощо.

9. Вибір «ключа» розуміння. Він забезпечує цілісність результату, визначає взаємодію модулів протягом окресленого епізоду (дискурсу, тексту). Таким ключем може бути згода з мовцем (автором), симпатія до нього тощо. Когнітивісти називають це поняття «тональністю».

Отже, інтерпретуючи повідомлення, дискурс, мовець звертається до мовних знань, отримує модельний світ, включений у його внутрішній світ, з одного боку, і реконструйований внутрішній світ адресанта мовлення — з іншого. Модельний світ людина зіставляє із власним внутрішнім світом і власним запасом знань, коригує ці «світи». Результат цього співвіднесення орієнтує її у мовленнєвих і в позамовленнєвих діях. Взаємодія модулів визначає тональності розуміння (інтерпретації), які, у свою чергу, регулюють і впливають на подальше розуміння (інтерпретацію).

### Слухання і його роль у комунікації

**Роль слухання.** Дослідження процесів комунікації свідчать, що понад 70 % активного дня люди проводять у спілкуванні. При цьому приблизно 42 % цього часу відводять слуханню, 32 % — мовленню, 15 % — читанню і 11 % писанню. Тобто людина у повсякденному житті слухає більше, ніж говорить.

Роль слухання в комунікації надзвичайно важлива, оскільки воно допомагає залагодити непорозуміння, сприяє співпраці, допомагає у прийнятті рішень, посилює впевненість людини в собі.

*Слухання — вид мовленнєвої діяльності, активний процес відбору звукових сигналів у комунікації.*

Будучи інтенціональним процесом, слухання не може відбуватись автоматично. Це цілеспрямована, організована діяльність людини в комунікації. Тобто семан-

тикою дієслова *слухати* позначається активний процес; семантика дієслова *чути* фіксує лише процес сприйняття, тобто 'пасивно сприймати слухом'.

Елементами слухання є сприйняття слухом, уважність, розуміння, запам'ятовування.

**Сприйняття слухом.** Це перший етап слухання, фізіологічний процес відбору звукових подразників. У його межах виділяють декілька аспектів діяльності слухача (адресата):

- адресат виокремлює звуки мовлення зі сфери фізичних звуків узагалі, тобто із звукового «тла»;
- розрізняє звуки (наприклад *б* — *п*; *в* — *ф* тощо);
- у сукупностях звуків упізнає слова, речення тощо;
- розпізнає значення слів, повідомлень.

Швидкість людського мовлення становить приблизно 100—150 слів на хвилину. Водночас людина здатна сприйняти і зрозуміти до 400—500 слів на хвилину, тобто потенціал сприйняття людиною мовлення значно більший, ніж можливості породження мовлення.

**Уважність.** Це явище психологічне. Людська психіка всі звуки сприймає селективно (лат. *selectus* — вибраний, дібраний). Явище відбору потрібних звукових, зорових тощо сигналів — це селективна увага. Воно активно використовується учасниками спілкування за умов, наприклад, коли багато людей говорять одночасно.

Складовими уважності є *мінімальний поріг сприйняття* (все, що людина може фізично сприйняти), *рівні зацікавленості та мотивації*. Все, що перебуває поза мінімальним порогом, як правило, не сприймається і не інтерпретується. Експериментально встановлено: чим нижчий рівень індивідуальної зацікавленості й мотивації учасників спілкування, тим нижчий їхній поріг сприйняття, тим менша увага до самого процесу комунікації і відповідно менший обсяг сприйнятої інформації.

**Розуміння (інтерпретація).** Це надання особою почутим словам, повідомленням, текстам певних значень, смислів. Процес сприйняття залежить від психічних, психологічних, ситуативних, рольових, вікових, статевих, культурних та інших чинників. А тому розуміння (точніше, витлумачення) того, що сказав адресант, може не відповідати його інтенціям (про це писав



ще німецький мовознавець Вільгельм фон Гумбольдт (1767—1835), формулюючи антиномію «розуміння — нерозуміння» людини людиною в процесах міжособистісного спілкування).

Інтерпретація повідомлень адресатом спирається на такі принципи:

- розуміння граматики, лексики та інших елементів мови;
- розпізнавання та розуміння інтенцій мовця;
- орієнтація в імплікаціях та імплікатурах дискурсу;
- орієнтація в контексті й ситуації спілкування.

**Запам'ятовування.** Це процес зберігання інформації з метою пізнішого її використання. Буває короткотривалим (оперативним) і довготривалим. *Короткотривале* запам'ятовування дає змогу учасникам орієнтуватися в плінні комунікації, пам'ятати попередні репліки, аргументи, цифри, факти тощо. *Довготривале* — сприяє орієнтуванню у світі загалом, підтримувannya контактів з людьми, збереженню в пам'яті важливих подій, слів, вчинків тощо.

За даними досліджень психологів, відразу після почутої інформації людина запам'ятовує лише 50 %, через вісім годин — 35 %, за два місяці — заледве 25 %. Ці 25 і називають *осадовою інформацією*.

**Типи слухання.** Слухання є активним складним процесом і має різне спрямування. З огляду на це виділяють чотири його типи:

1. Слухання заради задоволення: слухання музики, трансляцій спортивних матчів, вистав тощо; розмови на дружніх вечірках, товариські дискусії. Інтелектуальна або ж інша користь від такого слухання є не запланованою.

2. Уважне, вдумливе слухання: слухання лекцій, новин по радіо, інструкцій з певних проблем тощо. Мета такого слухання — розуміння і запам'ятовування. У разі безпосередньої інтеракції важливою умовою є партнерська, симетрична комунікація.

3. Критичне слухання: наявне у разі невпевненості в достовірності інформації, її тенденційності й односторонності; критично слухають людину, погляди якої відверто неприйнятні тощо.

4. Емпатичне (англ. *empathy* — співчуття, співпереживання) слухання: має місце у тому разі, коли слухач прагне увійти в ситуацію мовця і його слова сприймає

крізь призму його (мовця) досвіду, почуттів тощо; сприяє дружнім стосункам між людьми, робить слухача «грос-мейстером» спілкування.

Отже, основою міжособистісного спілкування, вербальної комунікації загалом є процеси породження і сприйняття мовлення. Обидва процеси є когнітивно зумовленими, інтенціональними і передбачають один одного. Результатом процесу породження адресантом мовлення є тексти (дискурси); результатом процесу сприйняття — інтерпретація їх адресатом.

## 2.5. Загальна характеристика складових комунікативного акту

Елементарні складові комунікації лише визначають її структуру. Спілкування як процес з використанням мови «наповнене людською енергетикою» (Л. Виготський), торкається всіх складових комунікації, залучає в інтеракцію значну кількість інших чинників, має своїм результатом різноманітні впливи на його учасників.

### Сутність комунікативного акту

Спілкування — це завжди, як зазначають філософи, «зустріч з Іншим», який має неповторний внутрішній світ; це інтеракція в конкретних ситуаціях, обмін різноманітною, часто неповторюваною в інших умовах інформацією. Тобто спілкування — це акти взаємодії особистостей, або комунікативні акти.

*Комунікативний акт (КА) — найзагальніше поняття комунікативної лінгвістики й теорії спілкування; процес, який відбувається в певному місці, на пересеченні осей простору і часу, результатом якого є дискурс (текст).*

У сучасній лінгвістиці термін «КА» трактують широко: від мовленнєвої діяльності загалом, обміну текстами — до ситуації спілкування, де ролі учасників регламентовані соціальним і культурно-національним середовищем. Іншими словами, КА — це інтеракція і трансакція одночасно, основою яких є повідомлення, а результатом — дискурс.

Кожен комунікативний акт має дві складові: ситуацію і дискурс. *Ситуація* — фрагмент об'єктивно існуючої реальності, складовою якої є вербальний акт. *Дискурс* — вербалізована мовленнєво-мисленнєва діяльність, складовими якої є лінгвістичні (засоби мовного коду) й нелінгвістичні (засоби інших семіотичних систем) компоненти. Складові КА, у свою чергу, мають свої компоненти.

**Складові комунікативного акту.** Російська дослідниця процесів міжособистісного спілкування В. Красних виокремлює чотири компоненти комунікативного акту (рис. 2.10):



Рис. 2.10. Компоненти комунікативного акту

— конситуація (екстралінгвальний аспект) — об'єктивно наявна екстралінгвальна ситуація спілкування; умови спілкування і його учасники (хто, що, де, коли);

— контекст (семантичний аспект) — імпліцитно (приховано) або експліцитно (відверто) виражені смисли, що реально існують і є частиною ситуації, відображаються в дискурсі та є актуальні для цього КА;

— пресупозиція (когнітивний аспект) — зона перетину індивідуальних когнітивних просторів комунікантів, у тому числі розуміння конситуації;

— мовлення (власне лінгвістичний аспект) — продукт безпосереднього творення.

Процес комунікативного акту відбувається у кілька етапів:

- реалізація повідомлення;
- відправлення повідомлення;
- доставка повідомлення;
- отримання повідомлення;
- опрацювання повідомлення.

Власне комунікативному акту передуює операція формування повідомлення (породження мовлення), а джерелом комунікативного акту є інтенція адресанта (відправника).

Окреслені вище складники КА — це його підвалини, основи, наріжні камені. Водночас конкретна, «жива», безпосередня інтеракція людей, спираючись на ці складники, виформовує свої власні внутрішні «сили», які в лінгвістиці отримали назву прагматичних аспектів комунікації.

## Прагматичні аспекти комунікації

Комунікація здійснюється різними засобами, найголовнішими серед яких є мовні. З їх допомогою комуніканти впливають один на одного. Такі аспекти спілкування називають прагматичними.

*Прагматичні аспекти спілкування* — аспекти, пов'язані з впливом суб'єктів один на одного за допомогою мовних засобів (коду).

Прагматичні аспекти спілкування залежать від учасників спілкування і стосунків, які між ними склалися.

*Аспекти спілкування, пов'язані з адресантом.* Адресант тримає в своїх руках увесь процес комунікації — виникнення, початок, тривання, завершення комунікації, схеми взаємодії з адресатом, тематику спілкування тощо. З адресантом пов'язані такі аспекти спілкування:

- відкрита і прихована мета висловлювання («іллокутивні сили», за англійським філософом Дж. Остіном). Кожен мовець у ролі адресанта вступає в комунікацію з певною чітко вираженою або прихованою метою, яка є основним «енергетичним» стрижнем побудови конкретних текстів;

- мовленнєві стратегія й тактика, типи мовленнєвої поведінки. Вони залежать від іллокутивних намірів адресанта, його комунікативної мети;

- правила розмови, які залежать від принципів співробітництва («максими спілкування»); вони підтримуються або не підтримуються адресантом як «джерелом» і рушійною силою спілкування;

- установки мовця (прагматичні значення висловлювання): непрямі смисли, натяки, інакомовлення тощо. Залежать від вибору мовцем (адресантом) способу ведення конкретної інтеракції з конкретними адресатами (аудиторією);

- референція мовця, тобто віднесення мовних виразів до предметів дійсності, яке впливає з намірів мовця. Це віднесення може бути прямим, опосередкова-



ним, вторинним (переносні значення засобів мовного коду) тощо;

— прагматичні пресупозиції (оцінка мовцем спільного фонду знань, конкретної інформованості, інтересів, думок, поглядів, психологічного стану, особливостей характеру і здатностей розуміння адресата);

— ставлення мовця до того, про що він повідомляє: оцінка змісту висловлювання (його істинність чи неістинність, іронія, несерйозність тощо); введення у фокус інтересів однієї з тих осіб, про яких мовець говорить (емпатія); організація висловлювання відповідно до того, на чому в повідомленні акцентується.

Отже, адресант задає основні «координати» спілкування, значною мірою «веде» процес комунікації загалом.

**Аспекти спілкування, пов'язані з адресатом.** Адресат є кінцевим «споживачем» повідомлення, створеного адресантом; у міжособистісному спілкуванні — особа, яка сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних контекстних і ситуативних умов інтерпретує повідомлення адресанта.

Адресат — це не пасивний споживач інформації, а активна особистість, від якої значною мірою залежить успіх спілкування. Навіть комунікація за допомогою писемного (друкованого) тексту розглядається, як діалог між автором і читачем. Комунікативні стратегії адресанта залежать від особи адресата, його готовності чи неготовності саме до запропонованого адресантом типу, напрямку, тональності спілкування. З адресатом пов'язані такі аспекти:

— інтерпретація мовлення, зокрема правила виведення непрямих і прихованих смислів із прямого значення висловлювання. Адресат може сприйняти якесь повідомлення як пряме чи, навпаки, непряме, хоча адресант вкладав у нього інший, іноді протилежний смисл;

— вплив висловлювання на адресата («перлокутивний ефект», за Дж. Остіном). Йдеться про готовність чи неготовність, спроможність чи неспроможність адресата до сприйняття саме такого типу висловлювання, ведення дискурсу чи інтерпретації тексту;

— тип мовленнєвого реагування на отриманий стимул (наприклад, ухилення від прямої відповіді на запитання).

Отже, успішність чи неуспішність комунікативного акту, спілкування загалом великою мірою залежить від особи адресата, його фізичних, психологічних, когнітивних та інших станів.

**Аспекти спілкування, пов'язані зі стосунками комунікантів.** Учасники комунікації — особи з різним внутрішнім світом, різними соціальними ролями, а тому успіх спілкування, структуру КА зокрема, значною мірою визначають комунікативні стосунки. Н. Арутюнова зазначає, що від стосунків комунікантів залежать:

- форми мовленнєвого спілкування (інформативний діалог, дружня бесіда, суперечка, сварка тощо);
- соціально-етикетний бік мовлення (наприклад, форми звертання, стиль спілкування свідчать про глибину особистісних стосунків учасників спілкування);
- участь комунікантів у певних мовленнєвих актах (наприклад, прохання і наказ свідчать про різні соціальні ролі учасників).

**Аспекти спілкування, пов'язані із ситуацією спілкування.** Ситуація спілкування (місце, час, умови тощо) істотно впливає на процес комунікації. Зокрема, від неї залежать:

- інтерпретація учасниками спілкування дейктичних (вказувальних) знаків, які вживаються у повідомленнях («тут», «тепер», «цей» тощо);
- вплив мовленнєвої ситуації на тематику і форми комунікації (порівняйте типові теми і форми розмов у гостях, на банкетах, у лікарнях, у приймальнях лікарів і адвокатів тощо).

Отже, всі компоненти комунікативного акту різною мірою впливають на перебіг спілкування. У кожному конкретному випадку міжособистісної інтеракції на передній план виступає найголовніший у цій ситуації чинник КА.

### Компоненти комунікативного акту, пов'язані з учасниками спілкування

Будь-який комунікативний акт — це взаємодія як мінімум двох осіб за допомогою засобів мовного коду. У випадку автокомунікації спостерігається взаємодія «Ego» і «Alter Ego» мовця (адресанта).

Учасниками комунікації завжди є люди з властивими їм соціальними, психологічними, когнітивними, світоглядними особливостями, які й виформовують неповторність конкретної мовної особистості. Серед найважливіших особистісних чинників комунікації дослідники виокремлюють соціальні та комунікативні ролі її учасників.

**Соціальні ролі.** Кожна людина в суспільстві виконує певну соціальну роль, яка, як правило, позначається на комунікації.

*Соціальна роль* — спосіб поведінки людини, обумовлений її соціальним статусом, правилами (нормами), прийнятими в суспільстві.

Польський дослідник Ян Щепанський зазначав: «Роль — це відносно постійна і внутрішньо зв'язана система вчинків (дій), які є реакціями на поведінку інших осіб і які відбуваються відповідно до більш чи менш чітко встановлених зразків, дій, яких група очікує від своїх членів».

Соціальні ролі виявляються в діях людини і визначаються професією, видом діяльності, статтю, віком, реальними стосунками людей в суспільстві (начальник, підлеглий, батько, учитель тощо). Вони ґрунтуються на правилах (нормах), прийнятих у суспільстві, а тому важливим компонентом соціальної ролі є *очікування*. Невідповідність реальної поведінки індивіда очікуванням витлумачується як порушення норм соціальної поведінки. Кожна роль — це сукупність певних прав і обов'язків, тому від лікаря очікують не того, чого від офіціанта або водія таксі тощо. Ролі можуть бути постійними (регулярними) та змінними (наприклад, ректор, президент, пасажир, покупець).

Уявлення про виконання певної ролі формує *рольові стереотипи*, які є невід'ємною складовою мовленнєвої поведінки. У кожній розвинутій мові є засоби, які «обслуговують» різні соціальні ролі, тобто *субкоди* (розмовне мовлення, як правило, використовують у сім'ї; офіційне — на роботі; «підмова» наказів прийнята у війську тощо). Мовці мусять знати закони «перемикання кодів», тобто переходу з «підмови» на «підмову», із «субкоду» на «субкод». В іншому разі виникають комунікативні недоречності або навіть провали. Наприклад, жартівлива реприза А. Райкіна: чиновник вимагає, щоб освідчення в коханні було оформлене у вигляді заяви з доданням двох фотокарток.

Ролями і способами їх виконання відрізняються не лише окремі люди, а й соціальні спільноти. У цьому разі говорять про національні відмінності рольової мовленнєвої взаємодії, відмінності в соціально-мовленнєвому ритуалі.

Деякі соціальні ролі вузькі, ритуалізовані (суддя, голова зборів, спортивний коментатор), а деякі — широкі, з великими можливостями варіативності (наприклад, друзі дитинства). Проте ця варіативність теж перебуває у певних параметрах стилю, регістру, тону.

**Комунікативні ролі.** Індивід у спілкуванні для досягнення своєї мети створює певний образ, тобто виконує якусь комунікативну роль.

*Комунікативна роль* — відносно постійна, внутрішньозв'язана й очікувана іншими система комунікативних вчинків індивіда, значною мірою визначена його соціальним статусом, віковими, гендерними та іншими чинниками.

Комунікативна роль формується із сукупності дій, мовленнєвих вчинків, жестів, міміки, фраз, інтонації, зовнішності, одягу тощо. Репертуар комунікативних ролей значно ширший від репертуару ролей соціальних, а тому вміння їх «зіграти» є чи не найважливішою складовою вдалого спілкування, досягнення предметної та комунікативної мети. Цим умінням вдало користуються «гросмейстери спілкування», наприклад теоретики і практики ділового спілкування (Дейл Карнегі), практики-психотерапевти і фахівці з нейролінгвістичного програмування, відомі літературні персонажі (Чичиков, Остап Бендер) та ін.

Залежно від способу втілення комунікативної поведінки виокремлюють стандартні та ініціативні комунікативні ролі.

**Стандартна комунікативна роль.** Це комунікативна поведінка людини, прийнята в суспільстві для відповідної соціальної ролі й ситуації. Наприклад, відповідної комунікативної поведінки очікують від учителя, батька, підлеглого, учня тощо.

**Ініціативна комунікативна роль.** Це той образ, який людина свідомо створює в спілкуванні для досягнення певної мети; те, що вона вирішила вдавати в конкретній ситуації спілкування, переслідуючи певну предметну мету. Ініціативна комунікативна роль, у свою чергу, може бути *короткотривалою* (прохач, вимогливий, «крутий») і *довготривалою* (борець за справедливість, романтик, світська дама, народний захисник). Довготривалу ініціативну комунікативну роль називають іміджем людини.

*Імідж* (англ. *image* — образ) — образ людини, уявлення оточуючих про неї, часто створене цілеспрямовано.



Комунікативні ролі можуть бути зрозумілими відразу, з перших реплік учасників спілкування, а можуть виявлятися поступово, у процесі розгортання інтеракції. Наведемо приклади різних варіантів комунікативної поведінки.

• Чоловік дружині: — *Ти щось сьогодні бліда. Може не підемо в гості?* (комунікативна роль — уважний, турботливий чоловік).

• Начальник підлеглому: — *Знову ви все зіпсували! Скільки це може тривати?!* (комунікативна роль — грізний шеф).

• Начальник підлеглий: — *Мені все важче працювати з вами поруч — в голову лізуть грайливі думки* (комунікативна роль — ловелас).

• Відвідувач офіціанту: — *Здачі не потрібно. Незабаром зазирну до вас знову з цією кралею. Не забувай* (комунікативна роль — щедра натура).

Учасники комунікативних актів можуть виконувати безліч комунікативних ролей: порадник, готовий допомогти, супермен, красень (красуня), «сіра людина», господар становища, жертва, переслідувач, контролер (усіх вчить і контролює), бунтівник, ловелас, «правильний», знаменитість, діловий, турботливий, третейський суддя, терпеливий, свідомий, простак та ін.

**Комунікативні позиції учасників спілкування.** Розглядаючи поведінку людей у процесах міжособистісного спілкування, американський психоаналітик Ерік Берн (1910—1970) запровадив поняття «трансакційний аналіз» (підхід до спілкування з метою виявлення позиції спілкування співбесідників).

Е. Берн виділяє три ролі, які комуніканти підсвідомо виконують у будь-яких типах спілкування: Батьків, Дорослих і Дітей. На його думку, це «его-стани» — внутрішні психічні стани людини в момент спілкування. Тобто підсвідомо кожен учасник інтеракції розмовляє з позицій дорослого, дитини або батька (матері).

**Комунікативна позиція Дитини.** Передбачає ведення спілкування за принципом «хочу — не хочу», емоційність інтеракцій, вередування, вразливість, легковірність, грайливість, непостійність, бажання відчувати опіку. Найтиповішими вербальними реакціями комуніканта-Дитини є: *Це мені подобається! Це мені не подобається! Я цього хочу! Купи мені це! Дай мені це! Це моє! Пусти мене! Ти робиш мені боляче! Воно таке гарне!*

Тепер я взагалі не буду з тобою розмовляти! І я так умію! Я можу це зробити краще! А в мене є те ж саме, але значно краще! Як це в тебе все виходить? Завжди я винен! Та відпусти ти мене! Я зовсім нічого не вмію! Ти дурень! Ми будемо грати? тощо.

Найтиповіші невербальні реакції комуніканта-Дитини: стрибати, часто сміятись, надувати губи, тупати ногою, стримувати дихання, хитро посміхатись, бути ображеним, з допитливістю про щось дізнаватись тощо.

*Комунікативна позиція Батька.* Це наслідування комунікативної поведінки власних батьків, наявність у свідомості стереотипів поведінки, впевненість у собі, відчуття власної переваги над іншими, нав'язування свого заступництва, привласнення права карати і милувати, безапеляційність. Комунікативна поведінка Батьків передбачає різноманітні заборони і вимоги, моралізаторство, апеляція до совісті, наявність забобонів, закостенілі духовні вимоги тощо. Найтиповішими вербальними реакціями Батьків є: Це роблять так! Так справа не піде! Що скажуть люди (сусіди, друзі)? Всі Х вічно такі (як зразок упередженої думки). Це ж знає кожен! Це можна робити! Цього не можна робити! Не смій! Це дозволено! Це заборонено! Я б на твоєму місці зробив ось як! Чи можу я тобі допомогти? Вічно ти все робиш не так! Я в твоєму віці...! Роби так-то і так-то (як зразок наказу, авторитарного висловлювання) тощо.

Найтиповіші вербальні реакції комунікантів-Батьків: погрожувати піднятим уверх пальцем, схрещувати руки на грудях (висловлюючи комусь критичні зауваження), морщити ніс, брати когось люб'язно під руку, піднімати брови догори (виражаючи цим критику) та ін.

*Комунікативна позиція Дорослого.* Зорієнтована на норми логіки, здоровий глузд, врахування реальної ситуації, бажання бути у всьому рівним з іншими, небажання нав'язувати своє заступництво. Дорослий слухає, оцінює, запитує; його жести, міміка, пози та інші паралінгвістичні засоби варіюються залежно від ситуації. Дорослий виступає посередником між Батьком і Дитиною. Найтиповішими вербальними інтеракціями Дорослого є: Що це таке? Як це функціонує? З якою метою і для чого це використовується? Котра година? Скільки це коштує? Що каже з цього приводу такий-то спеціаліст? Це сюди пасує. Напруга достатньо висока. Потріб-

но підняти температуру ще на два градуси. Результати свідчать... Адвокат вважає, що ми повинні... Всі люди такі (як висновок).

Найтиповіші невербальні сигнали в комунікації Дорослого: жести і міміка, які виражають роздуми; піднімання пальця до носа; з'єднання кінців пальців «хатинкою»; вказування жестом (це тут); демонстрація готовності слухати тощо.

Трансакційний аналіз виявляє, які «его-стани» викликають репліку, які — реакцію. Так, трансакція: — *Котра година?* — *За десять четверта* (це розмова Дорослого з Дорослим); — *Давай втечемо з лекцій!* — *Давай!* (Дитини з Дитиною); — *Де мій годинник?* — *Чому я повинна про це знати?* (запитання ставить Дорослий, відповідає ж Батько Дитині).

Спілкуванню властиві закономірності, які віддзеркалюють результати виконання його учасниками наведених комунікативних позицій. Наприклад, звернення до співбесідника з позиції Дитини провокує відповідь з позиції Дорослого: — *Ну чому мені завжди не таланить?* — *Нічого, все не так погано! Не панікуй!*

Отже, перебіг інтеракції значною мірою залежить від соціальних позицій учасників спілкування, а також їхніх внутрішніх (насамперед психологічних) станів. Ці соціопрагматичні аспекти визначають комунікативні ролі адресанта і адресата. На виконання комунікативних ролей впливають також соціостатеві стосунки комунікаторів.

### Гендерні аспекти спілкування

Характер мовленнєвого спілкування, його стратегія, стиль, тональність великою мірою залежать від гендерних (англ. gender — рід) (соціостатевих) й комунікативних статусів учасників спілкування.

На поведінку й спілкування жінок і чоловіків істотно впливають два чинники: психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи (механізми, що забезпечують закріплення і трансляцію гендерних ролей від покоління до покоління).

Щодо особливостей особистості й темпераменту психологи стверджують, що жінки більшою мірою екстравертні (лат. extra — зовні і verto — повертаю), товариські, активні, емпатичні (співчутливі) й дбайливі, а

чоловіки більш автономні, настійливі, авторитарні й інтелектуальні. Жінки, як правило, перевершують чоловіків у всьому, що стосується мови (дівчатка починають раніше говорити, мають багатший словниковий запас, утворюють складніші й різноманітніші речення); вони більше схильні до кохання, прихильніші, емоційніші. Чоловіки ж більш інтернальні, частіше є лідерами; їхня самооцінка залежить від успіхів у сфері предметної діяльності, стабільніша і загалом вища від жіночої.

Чоловічий стиль спілкування — активний і предметний, але водночас змагальний і конфліктний. Для чоловіка зміст спільної діяльності важливіший, ніж індивідуальна симпатія до партнера. Чоловіче спілкування відрізняється емоційною стриманістю. Жінки вільніше й повніше (зокрема, вербально) висловлюють свої почуття й емоції, у них виникає потреба ділитись з кимось своїми переживаннями; вони також здатні до співпереживання.

Сучасний італійський психолог А. Монтаорі виділяє чотири відмінності в психології чоловіків і жінок:

1. Чоловіки виявляють тенденцію до незалежності, а жінки акцентують на взаємозалежності. Жінки більшою мірою соціально зорієнтовані, чіткіше усвідомлюють тонкі зв'язки, які об'єднують людей, роблять їхнє спілкування довірливим.

2. Чоловіче ставлення до світу напористе, зорієнтоване на контроль. Чоловіки більшою мірою, ніж жінки, зосереджені на завданні. Тому чоловічий стиль вважають аналітичним і маніпулятивним. Чоловіча психологія сконцентрована на домінантних ритуалах та ієрархії, де завжди є переможець і переможений. Така установка, як правило, не визнає альтернативи партнерського стилю.

3. У чоловіків спостерігаються певні не вроджені, а набуті здібності до просторових і математичних знань, у жінок — мовних навичок; тому жіночий стиль спілкування зорієнтований на систему взаємодії, а чоловічий — на систему домінування.

4. Чоловіча концепція моралі формулюється в термінах абстрактних правил, непорушних, постійних. Жінки більш ситуативні, вони по-своєму інтерпретують етику, межі якої рухомі та залежать від контексту того, що відбувається. Чоловіки вважають, що зле втручатися в чийсь життя, якщо тебе не просять; жін-



ки — що погано не втручатися, якщо хтось потребує твоєї допомоги.

Істотно різняться й стилі чоловічого і жіночого спілкування:

1. У комунікуванні чоловіків найважливішою є інформація, тобто факти, цифри і результати. Жінки, крім інформації, великою мірою зорієнтовані на атмосферу спілкування, на інтерактивні, міжособистісні аспекти.

2. Чоловіки у комунікації зорієнтовані на соціальні статуси і владу; вони пристосовуються до ієрархічних соціальних ролей у комунікації. Жінки віддають перевагу партнерській, рівноправній комунікації; вони зорієнтовані на встановлення хороших стосунків, прагнуть до їх зміцнення, знищення соціальних та інших ієрархічних бар'єрів. Тобто жінки намагаються скоротити дистанцію між собою і партнером у комунікації, а чоловіки цю дистанцію підтримують.

3. Чоловіки частіше обирають роль «одинокого воїна», який повинен завоювати певну позицію в комунікації або залишитися в ній самотнім. Жінки значно краще почуваються в колективі, легше встановлюють контакти. Тобто чоловіки віддають перевагу комунікації асиметричній, а жінки — симетричній.

4. Мовлення жінок насичене засобами опису почуттів, настроїв, емоцій; воно емоційніше, ніж чоловіче.

5. Жінки переважно формулюють свої бажання непрямо, а тому болісно реагують на приховані інтенції співрозмовників; вони легше, ніж чоловіки, «вчитують» імплікатури (щоправда, іноді не ті, що насправді вкладені в комунікацію). Це часто стає причиною конфліктів. Жінки очікують від чоловіків «відгадування» їхніх бажань; чоловіки зорієнтовані на прямі прохання, вимоги.

6. Чоловіки, як правило, формулюють пропозиції прямо; жінки — у вигляді запитань. Жінки частіше кажуть «думаю...», «вважаю...», навіть тоді, коли цілком переконані у своїй правоті. Чоловіки формулюють свої міркування значно категоричніше. Це часто спричиняє невпевненість у жінки, стає причиною непорозумінь.

7. У розмовах, дискусіях тощо чоловіки частіше, ніж жінки, акцентують на власній позиції. Жінки зорієнтовані на загальну атмосферу спілкування, а тому їм краще вдається формування гармонійної, позитивної атмосфери перебігу комунікації.

8. У конфліктних ситуаціях жінки частіше, ніж чоловіки, відмовляються від своїх поглядів, позицій.

9. Чоловіки розв'язують конфлікти раціональним способом, за допомогою аргументів і переконань; жінки схильні до емоційного їх вирішення.

10. Жінкам легше, ніж чоловікам, звернутись до когось за допомогою; чоловіки витлумачують це як слабкість.

Що ж стосується аспектів спілкування, пов'язаних із мовним кодом, то дослідники лінгвогендерологічних проблем зазначають, що в мовленні чоловіків простежується більша кількість іменників і дієслів; жінки віддають перевагу прикметникам і прислівникам. У мовленні жінок частіше трапляються актуалізатори (*так? ти що? га? тощо*), сигнали наявності зворотного зв'язку і уваги до слів співбесідника (*так, ага, угу, о! тощо*). Жінки спокійніше реагують на перебивання мовлення, їх мовний код містить більшу кількість засобів ввічливості, меншу кількість грубих і лайливих виразів. У мовленні жінок частіше спостерігається явище неточного («приблизного») називання предметів (наприклад, у магазині: *Покажіть мені, будь ласка, цю штуку*); чоловіки ж намагаються називати все точно. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (*мабуть, напевне* і под.) і описові вирази внутрішніх етапів (*Я від усього цього холодна*) та інші особливості.

Австрійські дослідниці специфіки спілкування чоловіків і жінок, гендерних стосунків у діловій сфері К. Опперман і Е. Вебер дають власну характеристику спілкуванню чоловіків і жінок. Для жінок, за К. Опперман, «людська близькість є ключем до світу зв'язків, стосунків, метою якого є згода і мінімізація відмінностей». А для чоловіків, за Е. Вебер, «незалежність — ключ до світу, зорієнтованого на статус. Формулювати накази і їх виконувати — це реалізація правил ієрархії».

Отже, зовнішні (ситуація, контекст) і внутрішні (соціальні та психологічні) складові спілкування виступають у тісному зв'язку, впливаючи на перебіг комунікації загалом, її прагматику — зокрема.

**Комунікативні інтенції.**

**Стратегії мовленнєвого спілкування**

**Сутність комунікативних інтенцій.** Людське спілкування ґрунтується на взаємній необхідності. Російський лінгвіст Юрій Караулов зазначає: «Недостатність

особистості в якомусь аспекті є ніби імпульсом, що спонукує шукати доповнення в іншій особистості». Це і є джерелом комунікативних потреб, які усвідомлено чи неусвідомлено втілюються в комунікативні інтенції.

*Комунікативна інтенція* (лат. *intentio* — прагнення) — осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення.

Якщо розглядати, наприклад, діалог, то саме завдяки інтенціям він підтримується, членуючись на конкретні відносно завершені частини, що характеризуються досягненням (чи недосягненням) мети спілкування. Саме інтенціональність багато в чому підтримує інтеракцію в діалозі. У цьому аспекті процес спілкування постає як послідовність інтеракційних ходів, що визначають взаємодію інтеракційних інтенцій.

На перший погляд, інтенціональність видається нелінгвістичним поняттям, радше поняттям психологічним. Однак в аспекті «намір — смисл, що передається, — дискурс (текст), в якому втілюється», це поняття зачіпає власне лінгвістичні аспекти, а тому не може бути зігнороване комунікативною прагматикою. Насправді, саме типом інтенціональності визначаються, наприклад, такі типи міжособистісного спілкування, як переконування, аргументація, з'ясування, випитування, обговорення, сварка та ін.

Серед чинників, що обумовлюють комунікативну інтенцію, найважливішими є:

- мотивація як система мотивів із домінуючим мотивом;
- обставини, умови спілкування, оточення тощо;
- імовірнісний досвід, пов'язаний з моделлю майбутнього, можливістю прогнозування;
- завдання (мета, з якою виконується дія), тобто співвіднесення моделі майбутнього з найближчою і перспективною (поточною) дією.

Інтенція може реалізуватись лише за певних умов. Найважливішими чинниками реалізації мовленнєвої інтенції є:

- мова, її структура, особливості універсального та неуніверсального, ідіоетнічного компонентів;
- рівень володіння мовою (недосконале володіння мовою, якою здійснюється комунікація, звужує можливості втілення інтенціональних задумів, а незнання її — унеможливорює комунікацію взагалі);

— функціонально-стилістичний чинник, тобто добір типів мовлення, форм мовлення (усно-письмова, діалогічно-монологічна тощо), стилістичні засоби мовлення;

— соціолінгвістичний чинник (добір мовцем засобів з урахуванням їхніх соціальних «ролей»);

— афективний чинник (забезпечує варіативність висловлювання у зв'язку з різним його експресивним навантаженням);

— індивідуальні відмінності у мовленнєвому досвіді (незначний мовленнєвий досвід зменшує інтенціональний потенціал комунікантів; значний — робить їх «гросмейстерами спілкування»);

— мовленнєвий контекст і мовленнєва ситуація істотно впливають на можливості вияву інтенціональності мовця (наприклад, несприятлива ситуація спілкування може стати причиною комунікативного «ступору» в недосвідченого мовця, а ситуація сприятлива може розкрити комунікативний потенціал конкретного учасника спілкування).

Залежно від часу реалізації мовленнєвого акту інтенції поділяють на актомовленнєві та постакомовленнєві. *Актомовленнєві інтенції* — інтенції мовця, що реалізуються у процесі побудови мовленнєвого акту. *Постакомовленнєві інтенції* — інтенції мовця, що виникають після побудови мовленнєвого акту.

У свою чергу, актомовленнєві й постакомовленнєві інтенції можуть бути початковими і кінцевими. *Початкова інтенція* — актомовленнєва або постакомовленнєва інтенція, яка відкриває собою можливість подальших інтенцій або практичних дій. *Кінцева інтенція* — актомовленнєва або постакомовленнєва інтенція, викликана початковою інтенцією. Може виявлятися у словесних або практичних діях.

Усі типи інтенцій зображено на рис. 2.11.

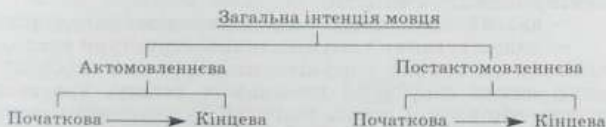


Рис. 2.11. Типи інтенцій

Так, у разі формулювання запитання «Де можна купити журнал «Всесвіт»?» початковою актомовленнєвою



інтенцією буде питання «Де купити журнал «Всесвіт»?», кінцевою — отримання відповіді; початковою постактомовленнєвою — осмислення отриманої інформації, кінцевою постактомовленнєвою — дії, спрямовані на те, щоб купити журнал.

**Стратегії мовленнєвого спілкування.** Загальна інтенція мовця обумовлює стратегію мовленнєвого спілкування, або комунікативну стратегію.

*Стратегія мовленнєвого спілкування — оптимальна реалізація інтенції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації.*

Як правило, у разі неконфліктного (кооперативного) спілкування його стратегію визначають пошуки «спільної мови», тобто основ діалогічного (чи полілогічного) співробітництва: добір мовних засобів представлення реального стану речей, вибір тональності спілкування, формування сприятливої атмосфери взаємодії всіх учасників комунікації тощо.

Сучасна російська дослідниця Т. Янко вважає, що комунікативна стратегія мовця полягає у виборі комунікативних намірів і розподілі часток інформації за комунікативними складовими.

Комунікативна стратегія охоплює:

- вибір глобального мовленнєвого наміру (констатувати факт, поставити запитання, звернутися з проханням тощо);
- відбір компонентів семантики речення і екстралінгвальної конситуації, які відповідають модифікаційним комунікативним значенням;
- визначення обсягу інформації, який припадає на одну тему, одну рему тощо;
- встановлення співвідношення квантів (часток) інформації про ситуацію зі станами свідомості співбесідників і чинником емпатії;
- визначення порядку комунікативних складових;
- налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим (діалогічний, режим озвучення письмового тексту, прогнозу погоди або новин), стиль (епічний, розмовний) і жанр (поезія, анекдот, лозунг, реклама).

Складовими стратегії можуть також бути аргументація, мотивація, оцінка, висловлювання емоцій (симпатій, антипатій), міркування вголос, виправдання, підбурювання тощо.

Побудова стратегій та їхня реалізація великою мірою залежать від рівня знайомства комунікантів, соціальних чинників, орієнтації в психічній, когнітивній та інших сферах адресата.

Єдиної типології стратегій спілкування поки що не створено. Так, Т. ван Дейк залежно від дискурсів виокремлює такі стратегії: когнітивні, контекстуальні, розуміння, мовленнєві, семантичні, синтаксичні, схематичні, текстові та ін. Він вважає, що саме мовленнєві стратегії визначають загальний «стиль» взаємодії комунікантів, тобто, як і якими засобами може бути досягнута мета. Наприклад, мовець може сповідувати стратегію ввічливості, яка буде визначати, який семантичний зміст варто висловлювати, а який — ні, які мовленнєві акти доречні, а які — ні і яке стилістичне оформлення прийнятне в певній ситуації.

Інші дослідники розрізняють два типи стратегій спілкування: власне комунікативну і змістову. *Власне комунікативна стратегія* — це правила і послідовність комунікативних дій, яких дотримується адресант. *Змістова стратегія* — це покрокове змістове планування мети з урахуванням наявного «мовного матеріалу» (мовного коду) в межах кожного ходу (кроку) в комунікації.

Обидва типи стратегій визначають загальний «стиль» взаємодії в спілкуванні, тобто, як і якими способами й засобами може бути досягнута мета комунікації.

У лінгвістичній літературі виділяють також кооперативні та некооперативні стратегії мовленнєвого спілкування. *Кооперативні стратегії* втілюються в інформативні та інтерпретативні діалоги (полілоги) — поради, обмін думками, розповіді, повідомлення тощо. *Некооперативні* знаходять своє втілення в конфліктах, суперечках, претензіях, погрозах, ухиляннях від відповіді тощо.

Отже, мовленнєві стратегії дають змогу ефективно досягати мети спілкування або ж зорієнтуватись на досягнення ширшої, соціальної мети.

Місце стратегій спілкування в загальному процесі комунікативного акту зображено на рис. 2.12.

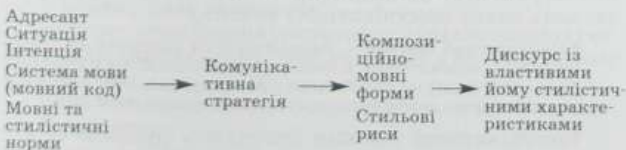


Рис. 2.12. Узагальнена модель мовної комунікації

Стратегія спілкування посідає важливе (а, можливо, й центральне) місце у процесах комунікації й виступає єдиною ланкою докомунікативної фази та власне мовної реалізації інтенції мовця.

**Складові стратегій спілкування.** До них належать комунікативна інтенція, комунікативна мета, комунікативна компетенція (рис. 2.13).

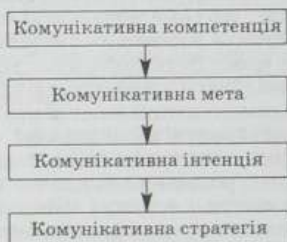


Рис. 2.13. Складові стратегій спілкування

Інтенція належить індивіду і цим відрізняється від позаособистісних конвенцій та правил спілкування — регламентованих законів поведінки в різних мовленнєвих ситуаціях.

*Комунікативна мета* — стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт.

Мета багато в чому визначає перебіг спілкування, рух у ньому інформації, взаємодію учасників.

*Комунікативна компетенція* — сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, постулатів, конвенцій тощо, якими володіють учасники спілкування.

Стратегії спілкування є гнучкими і залежать від прагматичних чинників: віку комунікантів, їх статі, соціальних ролей, національно-культурної належності, конситуативних умов (у широкому сенсі слова) і передбачають певну комунікативну тактику.

*Комунікативна тактика* — визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети.

Комунікативні тактики виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення: вони формують складові діалогу (полілогу), групуючи і чергуючи відтінки

розмови — оцінку, радість, горе, сумнів тощо. Наприклад, стратегія відмови від виконання прохання може втілюватися у такі комунікативні тактики:

- видати себе за некомпетентну людину;
- послатись на неможливість виконання прохання саме в цей час;
- відмовитись без будь-якого мотивування;
- ухилитись від відповіді, не обіцяти нічого конкретного;
- дати зрозуміти, що не бажаєте виконати прохання.

Усі згадані тактики засновані на некооперативній стратегії поведінки адресата.

У різних ситуаціях спілкування використовують різні тактики: одні більш дієві в побутовому спілкуванні, інші — у діловій сфері. У спеціальній літературі загальноновизнана типологія тактик спілкування відсутня. У межах конкретних сфер спілкування наявні спроби виділення типів тактик. Наприклад, фахівці у сфері ділового спілкування виокремлюють такі мовленнєві тактики:

- раптовість (використання в мовленні невідомої слухачам інформації);
- провокація (на короткий час викликається реакція незгоди з інформацією, яка подається, для використання цього часу з метою підготовки слухачів до конструктивних висновків, уточнення позиції тощо);
- апеляція до авторитетів (з метою підтримки власної позиції дається посилення на авторитет слухача, відомих учених, діячів культури);
- залучення елемента неформальності (враховуючи предмет мовлення, розповісти слухачам, партнеру про свої помилки і їх наслідки; це дає змогу подолати стриманість, формує атмосферу довіри);
- гумор (наводяться смішні, парадоксальні приклади, розповідаються веселі історії тощо; допомагає створити невимушену атмосферу);
- чорне опонування (партнеру по спілкуванню ставлять декілька запитань, щоб на жодне з них він не зміг відповісти).

Комунікативна тактика зумовлена комунікативними намірами.

*Комунікативний намір (комунікативне завдання) — тактичний хід, практичний засіб руху до відповідної комунікативної мети.*



Правильність обраної комунікативної тактики великою мірою залежить від комунікативного досвіду.

*Комунікативний досвід* — сукупність знань про вдалі та невдалі комунікативні тактики, які сприяють або не сприяють реалізації відповідних комунікативних стратегій.

На рис. 2.14 подано співвідношення складових комунікативної тактики.

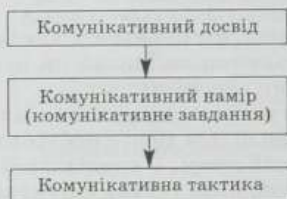


Рис. 2.14. Складові комунікативної тактики

Отже, використовуючи комунікативну компетенцію, мовець ставить перед собою комунікативну мету і, спираючись на певну комунікативну інтенцію, формує комунікативну стратегію, яка перетворюється (або не перетворюється) на комунікативну тактику як сукупність комунікативних намірів (комунікативних завдань), збагачуючи комунікативний досвід мовця. Стратегії й тактики мовленнєвого спілкування втілюються в мовленнєвих актах, тобто конкретних комунікативних вчинках, які визнаються найважливішими складовими, «енергетичними рушіями» повідомлень, що, в свою чергу, формують дискурси (тексти) як категорії спілкування.

### Мовна й комунікативна компетенції мовців

Успіх комунікації великою мірою залежить від компетенції адресанта і адресата. Виокремлюють чотири її типи:

1) предметна компетенція — розуміння предметного (феноменального) світу, тобто його складових, їхніх системних та структурних зв'язків, функцій, тенденцій розвитку і змін тощо; це орієнтація людини у фізичному світі, без якої неможлива будь-яка комунікація;

2) культурна компетенція — орієнтація в базових елементах культури, крізь які усвідомлюється пред-

метний світ носіями мови. На думку деяких дослідників, культура, у межах якої відбувалась соціалізація особистості, визначає спосіб пізнання світу й орієнтації в ньому.

Предметна і культурна компетенції — об'єкт вивчення різних наук, зокрема філософії, когнітології, психології, культурології та інших, тобто, фактично, нелінгвістичні поняття;

3) мовна компетенція — володіння засобами мови, тобто одиницями і категоріями всіх її рівнів, стилістичними засобами, законами їх використання тощо;

4) комунікативна компетенція — навички використання мови в конкретному контексті й ситуації спілкування; уміння зорієнтуватись у співбесіднику, ефективно впливати на нього.

**Мовна компетенція.** Поняття «мовна компетенція» в науковий обіг впровадив американський мовознавець Ноам Хомський (нар. 1928), протиставляючи «знання мови» (competence) «використанню мови», або «мовному виконанню», «мовній активності» (performance). Ця теорія мала багато послідовників та критиків. За Н. Хомським, мовна компетенція — це факт індивідуального світосприйняття. Вона формувалася внаслідок взаємодії вроджених знань і пасивно засвоюваного мовного матеріалу. Представники інших шкіл поняття «мовна компетенція» розглядали не як вроджене явище, а як результат процесу соціалізації.

*Мовна компетенція — знання учасниками комунікацій мови (мовного коду), тобто правил, за якими формуються правильні мовні конструкції та повідомлення, здійснюється їх трансформація.*

Учасники спілкування повинні володіти засобами мови, якою вони спілкуються, знати закони їх використання тощо. Йдеться про знання мови на фоно-фонологічному, семантичному (лексичному і граматичному) і структурно-синтаксичному рівнях, тобто про знання всіх елементів фонетики певної мови, законів сполучуваності алофонів у мовленні, знання граматичних категорій та правил їх комбінаторики, розуміння значень великої кількості слів (тих, що виформовують лексичну основу мови) та знання правил їх сполучування та деривації (лат. *derivatio* — утворюю), уміння формувати речення (повідомлення) різних семантичних та структурних типів. Ці знання та уміння уможливають творення принаймні найпростіших дискурсів та текстів.

Ю. Апресян, окрім цих складових, до мовної компетенції відносить уміння перефразування висловлювань, розрізнення синонімії та омонімії, правильних і неправильних (девіативних) речень. А Н. Шумарова до мовної компетенції зараховує також показники інтерференції (проникнення рис однієї мови в іншу), продуктивність мовлення (здатність утворювати нові форми), «швидкість/легкість» мовлення, його правильність, насиченість, адекватність тому, про що йдеться в комунікації, тощо. Особливо наголошує вона на семантичній і стилістичній компетенції.

Володіння лише мовним кодом, його засобами не дасть змоги людині повноцінно спілкуватися. Для ефективного спілкування необхідні й інші знання, уміння і навички. Так, Д. Хаймс вважає, що компетенція — це не тільки володіння граматиною й словником, а й знання умов, ситуацій, в яких відбувається мовленнєвий акт. Він розширив обсяг цього лінгвістичного поняття, перетворивши його на одне з найважливіших понять соціолінгвістичної та комунікативної компетенції.

Над обґрунтуванням поняття «мовна компетенція» працювали дослідники різних шкіл і напрямів, які до мовної компетенції відносять уміння оперувати засобами мови, тобто добирати ситуації спілкування, дотримуватись норм розмовно-літературного чи писемно-літературного мовлення; навички й уміння автоматичного, швидкого, легкого і доречного вживання мовних засобів; здатність утворювати (у разі необхідності) нові мовні форми (тобто творчий, креативний аспект); здатність до рецептивних і продуктивних видів комунікації; здатність тих, хто говорить (пише), до аутокорекції; володіння всіма стильовими засобами мови тощо.

**Комунікативна компетенція.** Індивід, крім знання мови, мусить уміти використовувати її в конкретному контексті й ситуації, тобто володіти комунікативною компетенцією.

*Комунікативна компетенція — сукупність знань про спілкування в різноманітних умовах і з різними комунікантами, а також знань вербальних і невербальних засад інтеракції, умінь їх ефективного застосування у конкретному спілкуванні в ролі адресанта і адресата.*

Комунікативна компетенція залежить від:

— комунікативних інтенцій (утримування в пам'яті сказаного й постійна кореляція плину спілкування з метою мовця, його проміжними та кінцевими результатами);

— дотримання комунікативних стратегій, що дають змогу досягти необхідного результату комунікації;

— знання особистості співбесідника; зворотного зв'язку в комунікації, що передбачає врахування психологічних особливостей (темпераменту, переваг, уподобань тощо) адресата, його соціальних ролей; уміння долати психологічні «фільтри», розбивати психологічні «щити»; уміння володіти навичками декодування «мови тіла» співбесідника (паралінгвістичних засобів) тощо;

— постійної орієнтації в умовах та ситуації спілкування;

— орієнтації і підтримання самого процесу спілкування, тобто контролю за цим процесом;

— контролю власної мовленнєвої поведінки, емоцій тощо;

— навичок та уміння завершення комунікації, виходу з неї, контролю над посткомунікативними ефектами тощо.

Однак комунікативна компетенція не означає автоматичного її використання. Необхідні ще уміння й навички спілкування. З огляду на це вчені, вслід за Хомським, використовують також термін «виконання» — поєднання компетенції та інших чинників: рівня уваги, фізичних та психічних станів, зацікавленості тощо. Виконання може не збігатися з компетенцією в силу різних причин: психологічного і фізичного стану, ситуації тощо.

Компетенцію та виконання людина удосконалює все своє життя в різноманітних ситуаціях, з різними людьми, перебуваючи в різних станах.

Найважливішими складовими комунікативної компетенції лінгвісти вважають:

— мовну компетенцію (здатність розуміти і продукувати необмежену кількість правильних повідомлень);

— дискурсивну компетенцію (здатність поєднувати повідомлення у зв'язні дискурси);

— соціолінгвістичну компетенцію (здатність розуміти і продукувати мовлення у конкретному соціолінгвістичному контексті спілкування);

— іллокутивну компетенцію (здатність реалізовувати комунікативні наміри, використовуючи структуру повідомлення (мовленнєвого акту));

— стратегічну компетенцію (уміння брати ефективну участь у спілкуванні, добираючи правильну стратегію і тактику спілкування);



— соціокультурну компетенцію (уміння використовувати соціокультурний контекст: звичаї, норми, ритуали, соціальні стереотипи).

Відповідність видів компетенції типам когнітивних структур подано у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Відповідність видів компетенції типам  
когнітивних структур**

Компетенція	Когнітивні структури
Мовна	Лінгвістичні
Предметна	Феноменологічні
Культурна	Лінгвістичні та феноменологічні
Комунікативна	Лінгвістичні + феноменологічні

Отже, комунікативна компетенція перебуває на найвищому щаблі в ієрархії типів компетенції людини, оскільки поєднує в собі всі інші. З огляду на це формування комунікативної компетенції є основною метою мовного навчання.

### Комунікативний кодекс

Комуніканти, вступаючи в спілкування свідомо і цілеспрямовано, повинні дотримуватись комунікативного кодексу.

*Комунікативний кодекс* — система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації й ґрунтуються на певних категоріях і критеріях.

Знання і дотримання принципів, правил і конвенцій спілкування — необхідна умова ефективного спілкування.

Складові комунікативного кодексу. До них належать принципи, правила і конвенції спілкування: *принципи спілкування* — найзагальніші вимоги до процесу інтеракції в межах комунікативного акту, вимоги до всіх учасників спілкування; *правила спілкування* — це вимоги до одного з учасників комунікації (адресанта чи адресата), яких він повинен дотримуватись у процесі інтеракції; *конвенції спілкування* — звичаї (або домовленості) у процесах спілкування, певні елементи культури, які можуть варіюватися, не впливаючи на стратегії

і тактики комунікації (наприклад, можливість сидіти, заклавши ноги на стіл при спілкуванні американців і неприйнятність цього в європейців). Американські фахівці з теорії соціальної поведінки М. Аргайл, А. Фернхем і Дж.-А. Грехем різницю між правилами і конвенціями пояснюють, використовуючи аналогію з грою в крикет: правилами цієї гри є те, що гравці використовують бити, а не, приміром, тенісну ракетку, а конвенцією є те, що гравці одягають білі штани.

В основі комунікативного кодексу — комунікативна мета і комунікативний намір. Ці фундаментальні категорії виконують регулятивну функцію у спілкуванні, приводячи в дію критерії, правила і принципи мовленнєвого спілкування. Неконфліктне спілкування можливе у тому разі, коли обрана мовцем комунікативна тактика відповідає комунікативній стратегії, коли комунікативна компетенція мовця достатня, щоб узгодити комунікативні наміри з комунікативною метою. Наприклад, комунікативна мета мовця — переконати співбесідника у власній правоті. Система його комунікативних намірів охоплює аргументацію власної правоти й аналіз помилок співбесідника. Комунікативному акту нічого не загрожує, поки мовець залишається в межах першого комунікативного наміру, тобто аргументації власної правоти. При переході до другого комунікативного наміру (аналіз помилок співбесідника) можуть виникнути збої в комунікації, оскільки це стосується особистісної сфери адресата. Цей комунікативний намір потенційно містить можливість конфлікту. Мовець, який добре володіє комунікативною компетенцією, узгодить обидва наміри, наприклад, зупиниться на першому у побутовому спілкуванні й застосує перший і другий наміри на науковій конференції.

**Критерії комунікативного кодексу.** Принципи, правила і конвенції спілкування можуть бути застосовані учасниками інтеракції в тому разі, коли комуніканти спираються на критерії ведення розмови, тобто критерії комунікативного кодексу. Найважливішими критеріями вважають *критерій істинності* (відповідність дійсності тому, про що йдеться в спілкуванні) і *критерій щирості* (вірність комунікантів собі, своїй сутності). Згідно з критерієм істинності інформація про світ не створюється, а з критерієм щирості — мовець насправді презентує своє ставлення до дійсності. У «живому» спілкуванні ці критерії взаємодіють, оскільки люди в

комунікації бувають щирими і нещирими, можуть казати правду і неправду, можуть щиро помилятися (добрими намірами вимощена дорога в пекло) тощо, а комунікація все ж відбувається.

**Основні принципи спілкування та максими їх утілення.** Найважливішими принципами міжособистісного спілкування вважають принцип Кооперації (Співробітництва), сформульований американським логіком Г.-П. Грайсом, і принцип Ввічливості (Етикетності), описаний американським дослідником прагматики мовлення Дж. Лічем.

**Принцип Кооперації.** Це єдність максим (лат. *maxima* — основне правило), які, на думку Г.-П. Грайса, визначають внесок учасників комунікативного акту в мовленнєву ситуацію. Кожна максима складається з кількох постулатів. Грайс виокремлює чотири максими: повноти інформації, якості інформації, релевантності, манери.

**Максима повноти інформації.** Пов'язана з кількістю (точніше, дозуванням) інформації, «задіяної» в комунікативному акті. «Якщо ви мені допомагаєте ремонтувати машину, природно очікувати, що ваш внесок буде не меншим і не більшим від того, який вимагатиметься. Наприклад, якщо в певний момент мені потрібно буде чотири гайки, я розраховую отримати від вас саме чотири, а не дві чи шість гайок».

Постулати цієї максими:

— висловлювання повинно мати не менше інформації, ніж потрібно;

— висловлювання повинно мати не більше інформації, ніж потрібно.

Кількість необхідної інформації залежить від багатьох чинників, пов'язаних з пресупозиціями мовців, їх ментальним станом, конситуацією спілкування, культурою тощо. Тому ця максима спричинює значну кількість комунікативних помилок, неточностей.

**Максима якості інформації.** Передбачає істинність висловлювання. Максима реалізується в таких постулатах:

— не говори того, що вважаєш неістинним;

— не говори того, для чого у тебе немає достатніх підстав.

Дотримання цієї максими має важливе значення в комунікації. Грайс стверджує, що багатослівну людину, яка порушує максиму кількості, засуджують співбесідники меншою мірою, аніж ту, що каже неправду.

*Максима релевантності (відношення).* Суть її в тому, що учасники спілкування для досягнення комунікативної мети повинні здійснювати доцільні комунікативні вчинки, які не суперечать кооперативній інтеракції.

Найважливіші постулати цієї максими:

- не відхилятися від теми;
- бути релевантним, тобто говорити по суті.

Ця максима складна для реалізації мовцями, оскільки учасники не завжди обговорюють лише одну тему; можливі абсолютно нормальні переходи від теми до теми. Однак не відхилятися від теми надзвичайно важливо для збереження комунікативного контакту.

*Максима манери (способу).* Полягає у зверненні до способу передавання інформації, тобто пов'язана не з тим, про що говориться, а з тим, як говориться.

Ця максима втілюється в один загальний постулат:

- висловлюйся чітко
- і кілька додаткових:
- уникай незрозумілих висловів;
  - уникай неоднозначності;
  - будь лаконічним;
  - будь організованим.

Ця максима, хоча й найтісніше пов'язана з мовою, мовним кодом, великою мірою ґрунтується на підготовленості реципієнта до сприйняття інформації, тобто залежить від пресупозицій (спільного фонду знань) обох співбесідників і від того, наскільки збігаються їхні уявлення про відповідний фрагмент дійсності.

Єдиної точки зору щодо принципів і постулатів спілкування, а також розуміння їх ієрархії в науці не існує. Так, американські лінгвісти Д. Гордон і Дж. Лакофф виділяють постулати щирості й мотивованості; російський мовознавець А. Баранов — конструктивізму й функціоналізму; американський логік Г. Парре найважливішим принципом вважає принцип релевантності.

Однак у реальному спілкуванні існують комунікативні стратегії недотримання постулатів комунікативного кодексу. Йдеться про демонстративне порушення постулатів; ухиляння як від окремого постулату, так і від принципу Кооперації загалом; участь у конфронтаційних мовленнєвих жанрах (суперечка, сварка тощо), у яких максими спілкування взагалі не беруться до уваги; умисне вживання непрямих мовленнєвих актів (іронія, сарказм, натяк тощо).



**Принцип Ввічливості (Етикетності).** Комунікативний етикет — важлива умова успішності КА, комунікації загалом. Якщо у принципі Кооперації втілені закони спільного оперування учасниками комунікації інформацією, то в принципі Ввічливості — їхні стосунки. Суть принципу Етикетності полягає у максимальному «піднятті» образу свого співрозмовника. Як зазначає Г. Почепцов, мовленнєвий етикет — це не лише формули привітання й прощання, а передусім володіння куртуазним (витончено ввічливим) апаратом мовних побудов.

Дотримання принципу Ввічливості створює принятну атмосферу спілкування, нормальне тло для реалізації комунікативних стратегій.

Найважливіші максими цього принципу: тактовності, великодушності, схвалення, скромності, згоди, симпатії.

**Максима тактовності.** Це максима меж особистісної сфери (приховані комунікативні наміри, уникнення потенційно небезпечних тем, тем, неприємних співбесідникові та ін.), обережності у поводженні з комунікативною стратегією співбесідника. Вона враховує чинник дистанції стосовно мовної комунікації: начальник — підлеглий, колега — колега, друг — друг, ворог — ворог тощо. Ця максима полягає в турботі про інтереси співбесідника.

**Максима великодушності.** Сутність її — у необтяжуваності співбесідників розмовою, в захисті їх від постійного домінування у процесі комунікативного акту. КА повинен будуватись відповідно до принципу рівномірного розподілу мовленнєвої ініціативи. Згідно з цією максимою не можна адресатові нав'язувати власну комунікативну стратегію. У комунікації повинен діяти демократичний принцип «Живи сам і давай жити іншим». Наприклад, повідомлення при правильно побудованому КА формулюється так, щоб у разі неможливості прийняти пропозицію співбесідник міг би її відхилити. Тобто замість «Чекаю вас сьогодні о шостій нуль-нуль у себе» слід сказати: «Ви не могли б зазирнути до мене годині так о шостій». Вихований співбесідник не пов'яже обіцянку свого партнера. Отже, «хороший» комунікативний акт буде комфортним для кожного співбесідника. Зручними формами вияву максими великодушності є непрямі мовленнєві акти, оскільки саме вони виявляються найпридатнішими для «м'якого» втілення інтенцій мовця.

*Максима схвалення.* Це максима позитивної оцінки інших. Позитивність як принцип оцінювання має бути основою світогляду мовця. Це не означає, що мовець зобов'язаний нагороджувати компліментами співбесідника і не дозволяти собі його критикувати. Йдеться про максиму позитивної налаштованості в комунікації: «Не засуджуй інших», «Не підважуй мовленнєвої репутації інших».

*Максима скромності.* Полягає у відхиленні компліментів (похвал) на власну адресу. Однак це слід зробити у такій формі, щоб не образити того, хто хвалить. Йдеться про міру самооцінки мовця, яка не повинна бути заниженою чи завищеною. Формули «Я завжди маю рацію» або «Я нічого в цьому не розумію» — не прийнятні.

Однак мовцям необхідно пам'ятати про власне обличчя в спілкуванні. Йдеться про ще одну максиму комунікативного кодексу: «Підтримуй позитивний (або нейтральний) самоімідж». Втрата його призводить до втрати інтересу до співбесідника як особистості (лідера тощо).

*Максима згоди.* Це максима неопозиційності у спілкуванні, протилежність стереотипному твердженню, що у суперечці народжується істина. Сучасна версія цього твердження така: «У суперечці народжується істина, але гине симпатія». Ця максима ревізує ще один стереотип: «Платон мені друг, але істина дорожча» (йдеться про комунікацію, а не відстоювання світоглядних позицій). Іншими словами, з метою уникнення зриву комунікації співбесідникам слід бути взаємокоректними, йти на комунікативні поступки.

*Максима симпатії.* Вона полягає у доброзичливості й часто виступає умовою «роботи» інших максим Етикетності. Так, максиму тактовності важко витримати, не дотримуючись максими симпатії. Ця максима сприяє вирішенню конфлікту: акцент зміщується із самого конфлікту на його причину з наступним її обговоренням (модель: «насправді нам немає чого ділити»).

Однак жодна з максим не здатна гарантувати вдалий КА. Більше того, окремі максими можуть не узгоджуватись з іншими, заперечувати одна одну. Наприклад, постулат «Будь лаконічним» може суперечити постулату «Твоє повідомлення повинне мати не менше інформації, ніж потрібно», якщо адресата цікавлять якісь деталі.

Постулат «Не відхиляйся від теми» може стати конфліктним стосовно постулату «Уникай незрозумілих виразів», коли необхідно відійти від теми, щоб пояснити незрозумілий термін (вираз). Або «змагання» у ввічливості Чичикова і Манілова: хто кого пропустить першим у двері. Усе закінчується «комедією бездіяльності».

У використанні принципів та максим спілкування завжди потрібен розумний компроміс.

**Правила і конвенції спілкування.** Дотримання принципів комунікації ще не гарантує успіху міжособистісних зв'язків. Важлива умова кооперативного спілкування — виконання правил та конвенцій неконфліктної комунікації.

*Правила спілкування* — вимоги до одного з учасників комунікації, скеровані на підтримку спілкування.

Загальновизнаною класифікацією правил спілкування є класифікація російського мовознавця В. Дем'янова. Він класифікує їх на правила ведення розмови (їх різновидом є правила аргументації) і соціолінгвістичні правила.

**Правила ведення розмови.** До них належать звичні презумпції (пресупозиції) тих, хто спілкується:

- те, про що повідомляється, має бути істинним;
- усе необхідне для розуміння адресанта повинно бути наявне в мовленні;
- мовець сподівається, що адресат повірить йому;
- запитання передбачає відповідь;
- наказ, прохання тощо передбачають виконання дії.

Американський фахівець з проблем комунікації Д. Карнегі до правил ведення розмови відносить ще правила переконування, які поділяє на фонові й стратегічні.

*Фонові правила:*

- виявляйте повагу до думки інших, ніколи не говоріть опоненту, що він не має рації;
- оцініть ситуацію очима опонента;
- виявляйте симпатію щодо думок та інтересів співбесідника;
- апелюйте до благородних мотивів, впливаючи на думку опонента.

*Стратегічні правила:*

- якщо в певному епізоді спілкування ви відчули нелогічність власного висловлювання або його супереч-

ливість, визнайте це якомога швидше, поки ініціативу не перехопив опонент;

— починайте суперечку активно;

— намагайтеся, щоб опонент не зміг сказати «ні», вибудовуйте ланцюг аргументації так, щоб він завжди змушений був говорити «так»;

— нехай опонент говорить основний час — так скоріше виявляться його помилки;

— вибудуйте розмову так, щоб опонент думав, що нав'язані йому ідеї — його власні;

— якщо маєте аргумент, з яким опонент не зможе не погодитись, то сформулюйте його якомога пізніше (або взагалі не називайте його: краще хай опонент сам на нього наштотхнеться);

— викладайте свої думки так, щоб вони відповідали настроям співбесідника;

— якщо ви хочете «перетягти» на свій бік людину дотепну, дайте їй можливість продемонструвати дотепність.

**Соціолінгвістичні правила.** До них належать:

— правила альтернативі (визначають можливість альтернативи висловлювання в конкретний момент спілкування і на конкретному рівні інтерпретації: наприклад, на лексичному рівні можна вибрати форму звертання — ти, ви, Ви, колего, панове тощо);

— правила співпояви (передбачають спільну співпояву в даному контексті різних елементів: наприклад, у літературному мовленні вкраплення елементів жаргону або певного діалекту);

— правила послідовності (визначають доцільність конкретного способу часової упорядкованості одиниць дискурсу: наприклад, «Ало, Юрко?» чи «Юрко? Ало!»).

Розрізняють правила, що не залежать від конкретної культури (це — загальні правила ведення розмови) і правила, прив'язані до умов конкретної культури, тобто конвенції (звичаї).

*Конвенції спілкування* — елементи культури, які можуть варіюватись, не порушуючи стратегій і тактик комунікацій.

З огляду на інтенції мовця виокремлюють кілька видів конвенцій.

**Конвенція вираження здатності.** Якщо хтось каже про свою здатність виконати якусь дію, то слід очікувати виконання цієї дії (наприклад, на висловлювання



«А я можу й образитись» індивід реагує як на попередження, що на нього образяться, якщо він не попросить вибачення).

*Конвенція висловлювання бажання.* Висловлюючи бажання, мовець, як правило, просить у адресата дозволу на це (наприклад, «Я хотів би зачинити двері» інтерпретується як «Дозвольте зачинити двері»).

*Конвенція дозволу.* Коли хтось просить дозволу на певну дію, то слід очікувати, що він цю дію виконає, якщо отримає на це дозвіл.

*Конвенція висловлювання наміру.* Якщо хтось каже про свій намір щось зробити, то слід очікувати, що він це зробить.

У спілкуванні особистостей межі між принципами, правилами, конвенціями та максимами є достатньо рухомими: конвенція може стати правилом; максима може бути взята за основу правила і стратегії; стратегія втілюється в максимах, правилах і конвенціях тощо.

#### Запитання. Завдання

1. Які співвідношення існують між поняттями «спілкування» і «комунікація»? Яке з них є більш загальним?
2. Охарактеризуйте функції спілкування, порівнявши їх з функціями (типами) комунікації Р. Якобсона.
3. Яка роль комунікації в суспільстві?
4. У чому полягають основні відмінності спілкування людей і тварин?
5. Чому спілкування вважають різновидом діяльності? Які складові діяльності загалом і мовленнєвої діяльності зокрема?
6. Охарактеризуйте типи спілкування (комунікацій).
7. Який вплив персоналізації на сучасні процеси міжособистісного спілкування?
8. Сформулюйте найважливіші особливості сучасного спілкування.
9. Які риси притаманні міжособистісному спілкуванню?
10. Охарактеризуйте найважливіші типи моделей комунікації.
11. Чому трансакційні моделі спілкування вважають найоптимальнішими для опису «живих» процесів мовленнєвої взаємодії людей?
12. Охарактеризуйте найважливіші компоненти і засоби комунікації.
13. Чому важливо враховувати чинник комунікативного шуму в спілкуванні?
14. Яку інформацію несуть невербальні компоненти спілкування?
15. У чому сутність проксеміки? Опишіть її роль у комунікації.
16. Визначте роль контексту і ситуації в спілкуванні.
17. Обґрунтуйте важливість зворотного зв'язку у спілкуванні.
18. Охарактеризуйте форми, у яких здійснюється мовленнєве спілкування.

19. Які особливості монологічного мовлення?
20. Сформулюйте найважливіші принципи організації діалогу.
21. Охарактеризуйте типи діалогів.
22. Яка роль невербальних компонентів та мовчання в діалозі?
23. У чому виявляється специфіка полілогу і спілкування в малих мовних групах?
24. У чому полягає сутність інформативу та яка його роль в організації полілогу?
25. Наведіть приклади впливу лідера на комунікативну поведінку членів малої мовної групи.
26. Охарактеризуйте процес породження мовлення. Які його найважливіші ознаки?
27. Обґрунтуйте назви моделей породження мовлення.
28. Чому інтегративну модель вважають такою, що найточніше відображає процеси у мозку людини при породженні мовлення?
29. Поясніть процес сприйняття мовлення і охарактеризуйте найважливіші модулі цього процесу.
30. Яка роль слухання в процесах комунікації? Опишіть складові слухання.
31. У чому виявляється взаємодія процесів породження і сприйняття мовлення у спілкуванні?
32. Охарактеризуйте складові комунікативного акту.
33. Сформулюйте прагматичні аспекти спілкування, пов'язані з особою адресанта; з особою адресата; із взаєминами між учасниками спілкування; пов'язані із ситуацією спілкування.
34. Які аспекти спілкування визначають соціальні ролі його учасників?
35. Охарактеризуйте основні типи комунікативних ролей.
36. Як співвідносяться поняття «комунікативна роль» й «комунікативна позиція»?
37. Який вплив гендерних чинників на перебіг спілкування? Сформулюйте найважливіші відмінності комунікативної поведінки чоловіків і жінок.
38. Яка роль інтенцій мовця в межах КА?
39. Яке місце стратегії в розгортанні міжособистісної комунікації?
40. Сформулюйте роль комунікативної компетенції в спілкуванні.
41. Охарактеризуйте найважливіші складові комунікативного кодексу.
42. Визначте різницю між поняттями «принципи», «правила», «максими» і «конвенції» спілкування.
43. Сформулюйте найважливіші максими спілкування Г.-П. Грайса.
44. У чому сутність принципу Етикетності спілкування?

# 3.

## Засоби мовного коду в комунікації

*Висновок*

Спілкуючись, люди виявляють себе як особистості, носії неповторних когнітивних, психологічних, психічних, соціальних якостей; сам процес спілкування відбувається у межах конкретного часу і простору. У таких умовах природна людська мова, взаємодіючи із значною кількістю різноманітних немовних чинників (паралінгвістичних, соціальних, психологічних, ситуативних тощо), виявляє себе як особливий мовний код, якому властива специфічна категоріальна організація. Порушення учасниками комунікації законів і правил міжособистісного спілкування, а також організації мовного коду має своїм наслідком комунікативні девіації.

### 3.1. Складові комунікативного акту, пов'язані з мовним кодом

Комунікація — особливий модус існування живої людської мови з притаманною лише йому категоріальною організацією засобів мовного коду. Найважливішими категоріями комунікації є дискурс, мовленнєвий жанр і мовленнєвий акт.

## Дискурс як процес і найзагальніша категорія організації мовного коду в спілкуванні

Термін «дискурс» використовується у різних значеннях, що дає змогу вченим стверджувати про «розмитість» його поняттєвих меж. Зокрема, поняття дискурсу асоціюється з усіма виявами комунікації в суспільстві (комунікативний дискурс, мовний, вербальний, невербальний, сучасні дискурсивні практики, дискурс мовчання), комунікацією у межах окремих каналів (візуальний, слуховий, тактильний), виявом правил спілкування, способів викладу та втілення прагматичної мети мовців (етикетний, лайливий, дидактичний). Дискурс визначають також як носія різних типів інформації в комунікації: раціональної (раціоналізму, об'єктивний, суб'єктивний, правди, істини, брехні); духовної віри, світобачення, поривань тощо (духовний, сакральний, релігійний, філософський, метафізичний, християнський, протестантський, православний, міфологічний, міфічний, апокаліптичний, символічний). Дехто з учених ототожнює дискурс із предметом дослідження різних наук (соціологічний, політологічний, філологічний). У багатьох текстах дискурс сприймається як вияв культурної комунікації (дискурс культури, культурний, модернізму, постмодернізму), етнокультурних особливостей спілкування (міжкультурний, різномовний, іншокультурності), культурно-історичних особливостей комунікації (дискурс Нового часу, Відродження). Соціальні, вікові та статеві характеристики учасників комунікації також ототожнюються з типами дискурсу (політичний, влади, радянський, молодіжний, феміністичний, лейбористський, радикальний).

Поняття дискурсу часто асоціюється з типами та формами мовлення, принципами побудови повідомлення, його риторикою (монологічний, діалогічний, наративний, риторичний, іронічний тощо), характеристиками мовлення окремої людини і груп людей (особистісний, неповторний, колективістський, авторитарний). Розглядають дискурс і як функціональний стиль, різновид мовлення (усний, писемний, науковий, художньо-белетристичний, діловий, літературний), різновид функціонального стилю, його реалізацію в різних сферах спілкування (юридичний, судовий, газетний, радіодискурс, кінодискурс, театральний, у сфері паб-



лік рілейшнз, рекламний, святковий); як жанр художньої літератури (прозовий, ліричний, драматичний).

У лінгвістиці поняттєвий діапазон терміна «дискурс» теж широкий. У своїх лінгвістичних працях Т. ван Дейк подає дискурс як «розмиту» категорію. Інші вчені вказують на його полісемію, навіть вбачають омонімічні розходження окремих значень, оскільки ця категорія вживається в різних науках з різним значенням. А сучасна українська лінгвістка Н. Сукаленко вважає, що цей термін знаходиться між текстом, контекстом, функціональним стилем, підмовою тощо.

Розмитість терміна «дискурс» зумовлена двома причинами: історією становлення, коли в семантичній «пам'яті» лексеми утримуються ознаки попередніх її вживань, і певною невизначеністю місця поняття «дискурс» у системі існуючих категорій та модусів вияву мови.

З огляду на різноманіття тлумачень поняття «дискурс» можна визначити так:

*Дискурс* (франц. discours — мовлення) — тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів.

Іншими словами, дискурс — це сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних з пізнанням, осмисленням і презентацією світу мовцем і осмисленням мовної картини світу адресанта слухачем (адресатом).

Роль дискурсів в організації засобів мовного коду є значною. Російський мовознавець М. Макаров порівнював значення поняття «дискурс» у сучасній комунікативній і когнітивній лінгвістиці зі значенням грошової одиниці «євро» в об'єднаній Європі.

Отже, дискурс можна вважати одночасно живим процесом спілкування і найзагальнішою категорією міжособистісної інтеракції.

### Типи дискурсів

Однією з найповніших класифікацій дискурсів є класифікація Г. Почепцова. Він виокремлює теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, лі-

тературний дискурс, дискурс у сфері публік рілейшна (ПР), рекламний дискурс, політичний, релігійний (фі-деїстичний) дискурси.

**Теле- і радіодискурс.** Передбачає невимушеність, неофіційність. Автори теле- і радіопередач створюють знаковий образ живого мовлення. Мовець (диктор) і слухач (глядач) перебувають у різних точках простору і часу, не можуть коригувати мовлене і почуте (наприклад, перепитати). Темп подавання (відбору) інформації не залежить від слухача (глядача). Статус мовця — офіційний, слухача (глядача) — неофіційний.

Теледискурс поєднує слово і зображення, що є особливим семіотичним «синтаксисом» зі складними правилами.

**Газетний дискурс.** У ньому існує розрив у просторі й часі для автора та читача. На відміну від усної комунікації, він розлогіший, повніший, аргументованіший. Оскільки має писемну (друковану) форму, то відбір слів, конструкцій відбувається за законами писемного (друкованого) спілкування. Значну увагу приділяють не лише змісту, а й формі викладу. Словниковий запас газетного дискурсу приблизно 20 тис. (розмовного — 2—3 тис.) номінативних одиниць.

Цей вид дискурсу передбачає колективну працю (редактори, коректори впливають на його формування), а тому індивідуальний стиль адресанта значно нівелюється.

Він ґрунтується на двох моделях подачі змісту — *фактичній* (головним є виклад факту) і *авторській* (факт слугує лише приводом для викладу авторського погляду на подію). У західній масовій комунікації на першому місці фактична модель, у вітчизняній — авторська.

Газетний (як і теле- і радіо) дискурс має потенційну небезпеку маніпуляції людською свідомістю. Виникає проблема патогенного (який завдає шкоди) тексту.

**Театральний дискурс.** Театральні знаки символічні. Театральна комунікація дуже умовна: актори вдають, що не бачать глядачів; глядачі не можуть втручатися в дію (за деякими винятками); світ акторів і глядачів віддалений; на сцені мають місце не дії, а знаки дій.

У театральному дискурсі спрацьовує кілька знакових систем: декорації, одяг, освітлення. Усе це має символічний характер («Один горщик — символ села, багато — це вже село»).

Театральний дискурс виник на основі ритуального дискурсу, а тому ритуал живе в театрі («Театр починається з гардероба»).

**Кінодискурс.** Шлях інтерпретатора у ньому пролягає від тексту до мови (у звичайній комунікації — від мови до тексту). Глядачі не можуть втручатися в кінодію. У межах кінодискурсу спостерігається складний «синтаксис» зображення і слова. Кінодискурс збагатив людську ментальність новим типом семіотичної одиниці, яка будується за законами невідповідності (монтажу). Кадри, розташовані поряд, вимагають віднайдення зв'язку між ними, творчої уяви.

Кіно, як і театр, знає лише теперішній час; це поєднує глядача з дією.

**Літературний дискурс.** Є одним із найстаріших. У літературній комунікації форма має важливіше значення, ніж зміст, а тому в його межах істотну роль відіграють засоби полегшення сприйняття: ритм, рима. Літературний текст будується з урахуванням принципів порушення законів автоматизму руху звичайного спілкування. Художній текст стає деавтоматизованим, великою мірою завдячуючи своїй багатозначності: кожен читач знаходить власний зміст.

У художній комунікації найважливішу роль відіграє особа автора. Нині літературний текст індивідуалізований. Однак так було не завжди: у середньовіччі автор намагався не демонструвати індивідуальної манери, «ховався» за традицію, канон.

У сприйнятті й «дешифруванні» художнього тексту вагоме значення має читач, який надає йому особистісних смислів, перетворює на дискурс.

**Дискурс у сфері паблік рілейшнз (ПР).** Це відносно новий тип дискурсу, спрямований на встановлення зв'язків між інституціями, партіями, окремими політиками тощо і суспільством загалом. Такі зв'язки роблять діяльність організації, політика прозорішою, зрозумілою решті суспільства.

Паблік рілейшнз — це організація руху інформації, спрямована на формування комунікативного простору сучасного суспільства поряд з теорією переговорів, пропагандою, рекламою, маркетингом, лобізмом тощо.

Останнім часом ПР визначається як функція управління, що передбачає аналіз настроїв громадськості, гармонізацію політики організації або особи із суспільними інтересами, сприяє реалізації програми дій,

спрямованих на досягнення громадського розуміння та схвалення.

Отже, ПР — це комунікація у сфері відносин суспільних інституцій з громадянами, тобто суспільна комунікація. Головне її завдання — створення позитивного іміджу інституції чи окремого політичного діяча, формування зовнішнього та внутрішнього соціально-політико-психологічного середовища, сприятливого для успіху цієї інституції чи цього діяча.

ПР має риси повсякденної комунікації (особистісної, діалогічної, усної) та масової (неособистісна, монологічна, технічна), оскільки в ній розглядаються об'єкти, з якими мовець має безпосередні стосунки, але яка спирається на закони спілкування з масовою аудиторією.

ПР-дискурс виконує певні функції. З його допомогою:

- здійснюють плановий і постійний зв'язок між організацією і громадськістю, підтримують нормальні відносини;

- проводять моніторинг свідомості, думок, ставлень і поведінки як усередині організації, так і поза нею;

- аналізують вплив політики на спільноту;

- модифікують елементи політики, процедури і дії, якщо вони протирічать інтересам спільноти і діяльності певної організації;

- апробують нові прийоми політики, дій і впливів на спільноту;

- здійснюють зміни в ставленнях, поведінці всередині певної організації й поза нею;

- формують нові чи/або закріплюють старі зв'язки між організацією і спільнотою тощо.

Для виконання цих функцій ПР-дискурс використовує різноманітні засоби, прийоми, інструменти, найдієвішими серед яких є прес-конференції, виставки, презентації, інтерв'ю, буклети, статті, веб-сторінки в Інтернеті тощо.

Тексти ПР-дискурсів повинні передбачати можливі екстремальні ситуації, чітко відповідати певному каналу комунікації, типу аудиторії та іншим складовим комунікативного акту.

ПР-дискурс може створювати позитивний імідж не лише певній інституції чи політику, а й цілій країні. ПР у зовнішній політиці держави — функція державного управління, яка вивчає та оцінює настрої і ставлення міжнародної спільноти, розробляє та реалізує програму



дій, спрямовану на досягнення кращого розуміння міжнародною спільнотою і позитивного ставлення до держави на міжнародній арені. Важлива роль PR у руйнуванні стереотипів та упереджень щодо певної держави, її керівництва, внутрішньої і зовнішньої політики тощо, а також у кризові для держави періоди.

**Рекламний дискурс.** Його завдання — привернути увагу споживача до одного з багатьох, як правило, однакових товарів, створити йому позитивний імідж, щоб він запам'ятався надовго, а найкраще — назавжди.

Рекламний дискурс спрямований не на товар, а на продаж типових психологічних уподобань людей. Наприклад, продаж «традицій», «коренів»: на ньому ґрунтується реклама вина. Назви вин часто подаються на тлі замків, палаців; можливий напис: «Це вино, яке робила моя бабуса».

Реклама стає знаком. Отже, продається не сам товар, а його символічний відповідник. Купуючи, людина реагує не на відмінності товару, а на відмінності його знакової суті.

**Політичний дискурс.** Спрямований на майбутній контекст (літературний — на минулий, ЗМІ — на теперішній). Майбутні контексти вигідні: їх важко заперечити, неможливо на даний час перевірити. Свої ідеї політичний дискурс проголошує найкращими. Як правило, творить образ і навіть модель ворога. Саме ворог увесь час винен у тому, що ситуація є не такою, як планувалося. Ворог завжди цементує суспільство, яким легко керувати.

Політичний дискурс моделює інтереси суспільства, тобто він формується авторами і «споживачами», оскільки їх очікування і бажання «вмонтовані» в нього. Часто дискурсивні вміння політика важать більше, ніж його особистісні риси.

**Релігійний (фідеїстичний) дискурс.** Деякі вчені подають його як рівнозначний іншим, а деякі вказують на відмінність фідеїстичної комунікації від інших типів спілкування. Сучасний американський соціолог Роберт Белла визначив релігію як особливу систему комунікації — «символічну модель, яка формує людський досвід — як пізнавальний, так і емоційний» у розв'язанні найважливіших проблем буття. Основою релігійної комунікації є передавання (трансляція) життєво важливих для людини і суспільства етичних смислів. Вони сприймаються як заповіді, які Абсолют (Бог)

відкрив людям. Боже Одкровення сприймається як дароване священне знання — повне, бездоганне і найголовніше серед усіх знань.

Основною ознакою фідеїстичного слова як складової мовного коду релігійної комунікації є неконвенціональне розуміння мовного знака, тобто сприйняття слова не як умовного позначення предмета (в широкому сенсі слова), а як його (предмета) складову або навіть сутність. Звідси віра в те, що словом можна зашкодити людині або врятувати її, створити потрібну річ, відвести неприємність тощо; помилка ж у словесному ритуалі може прогнати вищі сили, а тим самим зашкодити людині. Іншими словами, слово ототожнюється з річчю, яку воно називає. Неконвенціональне сприйняття слова у релігіях Писання (християнство, іудаїзм, мусульманство, зороастризм та ін.) створює атмосферу особливого ставлення до мовлення, спілкування з Богом. Успішність релігійної практики, молитви ставиться в пряму залежність від автентичності сакрального (лат. *sacrum* — священна річ, дія) тексту; його спотворення вважається блюзнірством, небезпечним для душі віруючого. Саме феномен неконвенціонального сприйняття знака ґрунтується на вірі в чарівність і святість слова.

Специфіка фідеїстичних текстів полягає в тому, що вони несуть у собі знаки (слова, словесні формули, повідомлення, послідовності повідомлень тощо), яким у комунікації віруючих приписують певні трансцендентні (лат. *transcendens* — той, що виходить за межі) властивості, зокрема магічні: божественне або демонічне походження, сакральність або профанність (лат. *profano* — оскверняти) тощо. Ця особливість фідеїстичного слова великою мірою залежить від його фасцинуючого впливу на адресата, тобто максимальної здатності переконувати, хвилювати, навіювати тощо.

Специфіка спілкування у міфолого-релігійній сфері і неконвенціональне сприйняття мовних знаків коду визначають деякі жанрові особливості:

1. Релігійний текст як результат і засіб спілкування з непізнаваним у своїй сутності Абсолютом — це завжди прецедентний текст, тобто текст, який має особливе значення у житті людини і суттєво відрізняється від звичайних, несакральних текстів.

2. Фідеїстичні тексти характеризуються вищою, ніж у звичайному мовленні, формально-сміисловою ор-

ганізацією, «вибудованістю», вправністю. Цим зумовлені звукові повтори різних типів (анаграми, звуконаслідування, алітерації, метрична впорядкованість, рима); семантичний паралелізм і образність (іномовність, метафоричність, символізм); принципова наявність «темних» виразів (тобто певною мірою незрозумілих слухачам, а іноді й виконавцям), з чим часто пов'язана відчутна архаїчність сакральної мови і загальна «таємничість» фідеїстичного слова, його потенційна смислова невичерпність і, найголовніше, принципове протиставлення «звичній», щоденній («профанній») мові.

3. Фідеїстичним текстам (замовляння, молитва, церковна служба тощо) притаманна висока міра клішованості: вони не породжуються кожен раз як нові словесні витвори, а відтворюються як готові (з незначними варіаціями, як правило, композиційно передбачуваними), які існують у пам'яті соціуму як стійкі знаки із заданими функціями.

4. Усні фідеїстичні тексти органічно пов'язані з невербальною (паралінгвальною і поведінковою) комунікацією. Фідеїстичне слово зароджувалось як вербальна складова ритуалу і природно, що воно зберігає цю близькість. Наприклад, поклони, підняті до неба очі й руки, певні постави тіла тих, хто молиться, особливі жести благословіння, а в деяких християнських обрядах — хресне знамення, омовіння рук, ритуальне цілування рук, кадіння тощо. Семіотично значущими є одяг кліру й певні обмеження в одязі мирян, прихожан.

5. Фідеїстичні тексти вимовляються особливим чином: замовляння шепочуть, гімни співають, молитви смиренно вимовляють, прокляття вигукують; тексти Святого Письма в православних храмах читають в особливій речитативній манері.

У кожній релігії наявні два головних напрями комунікації:

1. Від Бога через пророка (наставника, священика) до людей (зумовлює існування таких жанрів релігійної комунікації, як Одкровення Бога, яке чули пророки, та пророцька проповідь Одкровення людям).

Внутрішня логіка релігійної комунікації полягає в тому, що Одкровення надсилається від Єдиного багатом, воно розсіюється як добре зерно або животнорна волога, і на цьому шляху можливі певні втрати смислів.

Щоб цього не сталося, в історії релігійної комунікації склалась ієрархія жанрів (текстів), сформувався канон (сукупність особливо шанованих текстів), наявні способи популярного викладу і спеціального коментування канонічних текстів тощо.

2. Від людей через пророка (наставника, священика) до Бога (богослужіння і молитва), при цьому культ (поклоніння, служба Богу) і молитва взаємопроникають: молитва є складовою ритуалу поклоніння, а елементи служби наявні в молитві (спеціальні жести, рухи тіла, культові словесні формули тощо). Отже, Одкровення, проповідь і молитва постають як фундаментальні, первинні жанри релігійної комунікації; інші жанри є вторинними.

Однією з найповніших типологій жанрів фідеїстичних текстів, яка ґрунтується на врахуванні домінуючої текстової модальності (відношення змісту висловлювання до об'єктивної дійсності), є типологія Н. Мечковської. Вона виділяє кілька жанрів релігійної комунікації.

*Прохання-побажання* (в широкому сенсі слова — з різною мірою категоричності або настійливості волевиявлення, з відмінностями в обіцянні того, що буде зроблено «в обмін» на виконання прохання). Це замовляння, заклинання, прокляття, викликання мертвих, благословення, церковні прокляття (анафеми), екзорцизм (вигнання злих духів), деякі види молитов.

*Обіцянки*. Їм властиві перформативні (тобто рівні дії) дієслова на зразок обіцяю, присягаю тощо. Такими є обіцянки, обіти, присягання.

*Пророцтва*. Для них характерна гіпотетична модальність: ворожіння, волхвування, пророцтва, есхатологічні видіння (про кінцеву долю людства і Всесвіту) та ін.

*Славослів'я*. Попри значну кількість жанрових різновидів, такі тексти несуть возвеличувальні характеристики Бога (могутність, мудрість, справедливість, красу тощо), а також формули восхвалення: Алілуя, Осанна тощо. До цього жанру зараховують також молитви-гімни (псалми біблійного пророка та іудейського царя Давида, деякі православні молитви).

*Божі заповіді*. Адресовані людині (народу), з характерними заборонними імперативами: Не вбивай, Не кради тощо або імперативами-приписами: Шануй батька твого і матір твою.



*Божественне Одкровення.* Це пряме мовлення Бога, яке містить істину про світ, його майбутнє і шляхи спасіння людини. Одкровення дароване Творцем, записане для людей, «трансльоване» за посередництвом пророків. У Старому Завіті пряме слово Бога лише цитується; у Новому — присутнє, а також цитується в повчаннях і притчах Нагірної Проповіді Ісуса Христа.

Такі фідейстичні й конфесійні жанри, як міф, молитва, Святе Письмо, Символ віри, проповідь, тлумачення священних книг, учительна література, являють собою поєднання різних елементарних жанрових структур.

Отже, дискурс — найзагальніша категорія організації мовного коду (засобів мовної системи) у спілкуванні, поле зустрічі особистостей у конкретних психологічних і соціальних обставинах.

### Текст як результат і одиниця комунікації.

#### Текст і дискурс

У науковій літературі існує чимало визначень поняття «текст». Так, за «Лингвистическим энциклопедическим словарем», текст — це «об'єднана смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними рисами якої є зв'язність і цілісність». Однак під таке визначення, крім текстів, підпадають також дискурси, повідомлення та висловлювання (речення). До того ж поняття «текст» набуло загальносеміотичного значення. У семіотиці під текстом розуміють осмислену послідовність будь-яких знаків, будь-яку форму комунікації, зокрема обряд, танець, ритуал тощо.

Різноманітність підходів до тлумачення тексту зумовлена багатьма причинами, передусім важливістю цього поняття для людини, його складністю, а також багатовіковою традицією вивчення його в різних сферах знань. І справді, текст як явище мовної та позамовної дійсності — складний феномен, який виконує різноманітні функції: бере участь у комунікації, допомагає зберегти і передавати інформацію в просторі й часі, фіксує психічне життя індивідів, є продуктом конкретної історичної епохи, формою існування культури, віддзеркаленням певних соціокультурних традицій тощо.

У сфері комунікації теж немає єдності поглядів щодо тексту. Деякі вчені ототожнюють процес спілкування з текстом, вважаючи його втіленням самої комуніка-

ції. Інші розглядають текст як результат спілкування, співвідносячи його з поняттям «дискурс».

*Текст* — результат спілкування (інтеракції та трансакції), його структурно-мовна складова і одночасно кінцева реалізація; структура, в яку втілюється «живий» дискурс після свого завершення.

У такому розумінні текст постає як «вичерпаний», «зупинений» дискурс.

Водночас створений кимось, у певний момент, у конкретній ситуації текст внаслідок інтерпретаційної діяльності адресата (читача, дослідника) наповнюється індивідуальним, особистісним смислом, тобто перетворюється на дискурс. Як зауважив Ю. Лотман, текст і художній твір — не одне й те ж. Текст — один із компонентів художнього твору, але художній ефект виникає із зіставлення тексту зі складним комплексом життєвих та ідейно-естетичних уявлень. Іншими словами, дискурс постає текстом, «заплідненим» діяльністю адресата (когнітивною, психологічною, естетичною тощо), тобто з'являється з тексту, народжується у ньому. Це з погляду семасіології. Із ономасіологічної позиції спочатку породжується дискурс, який з плином часу «осаджується» у вигляді тексту, котрий адресат може знову перетворити на дискурс.

На рис. 3.1 подано систему відповідностей складових тексту й дискурсу.

Текст	Дискурс
— предикативна одиниця	— мовленнєва дія, або мовленнєвий акт
— висловлювання	— комунікативний хід
— діалогічна єдність (мікротекст)	— інтеракція
— абзац	— трансакція
— макротекст	— макродіалог (мовленнєва подія)

Рис. 3.1. Відповідність складових тексту і дискурсу

Отже, між текстом і дискурсом існують певні відмінності:

1. Текст — ніби «застиглий» дискурс; це дискурс, який «зупинили», видучивши з них живі обставини, учасників з їх психологічними, психічними, когнітивними, соціальними особливостями, часом, місцем, обставинами спілкування тощо.

2. У тексті, на відміну від дискурсу, не виявляються паралінгвістичні засоби.

3. Текст — одиниця лінгвістичного аналізу, дискурс — комунікативного. «Текст» і «дискурс» можна розглядати як відповідники «речення» і «висловлювання». Висловлювання об'єднує саме речення і соціальний контекст його використання.

4. Текст — одиниця лінгвальна; дискурс — соціолінгвальна, інтерактивна (і трансактивна).

5. Термін «дискурс», на відміну від терміна «текст», не застосовують до давніх текстів, зв'язки яких із життям не відтворюються безпосередньо.

Текст як лінгвістичне явище характеризується такими ознаками: зв'язністю, цілісністю, інтенційністю (авторською метою), інформативністю, ситуативністю (зв'язністю з контекстом), членованістю (наявністю смислових частин), інтегративністю (єдністю цих частин), модальністю (особистісним ставленням), розгорнутістю, послідовністю, динамізмом зображуваного тощо.

Серед названих ознак найважливішими є зв'язність і цілісність. *Зв'язність* — категорія, що характеризує особливості з'єднання всередині тексту його елементів. *Цілісність* — категорія, пов'язана зі смисловою єдністю. Текст може бути зв'язний, але нецілісний і, навпаки, цілісний, але незв'язний.

Приклад тексту зв'язного, але нецілісного:

[Швейк:] — *Однак, панове, мені також хочеться задати вам одну загадку. Стоїть чотирьохповерховий будинок, у кожному поверсі вісім вікон, на даху два слухових вікна і дві труби, на кожному поверсі по два квартиранти. А тепер скажіть, панове, в якому році померла у швейцара його бабуся?*

Приклад тексту незв'язного, але цілісного:

— *Мамцю, ти мене кликала?*

— *Ні.*

— *Татку, може ти мене звав?*

— *Ні.*

— *Бабусю, дідусю, а ви мене кликали?*

— *Ні.*

— *Добре, скажу по-іншому: ми сьогодні, взагалі-то, їсти будемо?!*

Ознаками, які характеризують текст як результат (і засіб) комунікації, є смислова цілісність (тематична

едність), комунікативна єдність і структурна єдність. Ці ознаки базуються на певних категоріях (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

## Категорії цілісності та єдності тексту

Ознаки	Категорії
Тематична єдність	— концепт тексту (глибинний смисл тексту) — смислова будова — логічна будова
Комунікативна єдність	— комунікативний вплив — естетичний вплив (для художнього тексту)
Структурна єдність	— граматичні категорії — лексичні категорії — фонологічні категорії

*Тематична єдність.* Охоплює психологічну категорію (концепт тексту), його смислову (змістову структуру елементів тексту) і логічну будову (послідовність і структуру представлення смислових елементів у процесі розгортання тексту).

*Комунікативна єдність.* Визначається комунікативною цілеспрямованістю тексту. Будь-який текст повинен впливати на його реципієнта. Комунікативний вплив спричиняє ментально-вербальну або фізичну реакції; естетичний — ментально-емоційну реакцію. Такий поділ впливів умовний, але необхідний для конкретного аналізу.

*Структурна єдність.* Це конкретно-знаковий вираз тексту у вигляді мовних засобів, які класифікують за мовними (рівневими) ознаками: фонемами, лексемами, синтаксемами.

Отже, беручи участь у процесах комунікації, а тим самим створюючи різноманітні типи дискурсів, адресант і адресат (чи учасники полілогу) одночасно створюють текст. Дискурс і текст пов'язані між собою як процес і його результат. Як «зупинений», «вичерпаний» дискурс, текст перетворюється на структуру з певними характеристиками. Разом з тим, потрапляючи до «споживача», текст наповнюється особистісними інтенціями і смислами цього споживача і стає джерелом творення нових дискурсів.



## Типологія текстів

Створення типології текстів, які обслуговують суспільство, має важливе теоретичне і прикладне значення. Вона необхідна для повнішого вивчення мови як багаторівневої ієрархічної функціональної системи і як засобу комунікації, що знаходить свій вияв у текстовій діяльності; для раціоналізації текстового матеріалу у вивченні мови як іноземної; для автоматичного реферування, анотування, комп'ютерної та інженерної лінгвістики тощо, тобто теорії мовознавства і мовленнєвої практики.

У науковій літературі існують класифікації текстів за соціологічними, психолінгвістичними, власне комунікативними, функціонально-прагматичними критеріями.

**Соціологічний напрям.** У його межах тексти класифікують за:

- формою втілення тексту (усні й писемні з їхньою специфікою організації текстового матеріалу);

- типами функціонально-жанрових різновидів мовлення (тексти побутово-розмовного спілкування; офіційного спілкування; публіцистичні; наукові; художньо-белетристичні тексти (поетичні, прозаїчні, драматичні); у цьому аспекті можна говорити також про низку текстів, які сполучають у собі ознаки різних функціонально-жанрових різновидів: науково-популярні, епістолярні та ін.).

- функціональним виявом (тексти інформаційні, емотивні, фатичні, поетичні, метамовні).

**Психолінгвістичний напрям.** У межах цього напрямку здійснюють класифікацію текстів за:

- мірою спонтанності (спонтанні та підготовлені);

- мірою алгоритмізованості/евристичності — *фіксовані* (наприклад, заповнення формуляра), *напівфіксовані* (тексти-кліше на зразок прощання, подяки, вітання), *нефіксовані* (тексти різноманітних сфер людської діяльності);

- мірою експліцитності/імпліцитності у втіленні задуму (крайніми її виявами є тексти державних угод, що мають на меті повну та однозначну експлікацію задуму, і поетичні тексти, в яких, як правило, однозначність експлікації творчого задуму відсутня).

**Власне комунікативний напрям.** У його межах виокремлюють:

— тексти, націлені на процес. Вони не позначаються на стосунках комунікантів і внутрішньому стані адресата; пов'язані з емоційними потребами комунікантів і реалізуються як спосіб проведення часу. До них належать розповіді, традиційні мемуари, науково-популярні тексти тощо;

— тексти, націлені на результат: ділові листи, наукові тексти, художня література високого рівня.

У цьому напрямі можуть актуалізуватись найрізноманітніші аспекти комунікації: пов'язані з інтенціями комунікантів, типом комунікативного процесу, до якого належить текст (наукове, побутове тощо мовлення), прагматичною ситуацією, комунікативними стратегіями автора, комунікативною ефективністю, соціальними аспектами комунікації.

**Функціонально-прагматичний критерій.** Враховує суб'єктивну міжособистісну модальність, дозволяє стверджувати про *деонтичні* (нормативні, або приписові) (договори, державні акти, постанови, інструкції, накази тощо), *аксіологічні* (оцінні) та *епістемічні* (дескриптивні, описові) *тексти* (наукові, ділові тощо).

Існують і суміщені типології за найрізноманітнішими критеріями. Так, Т. Радзієвська класифікує тексти за їх «поведінкою» у межах певних типів комунікації. Вона виділяє наукові, публіцистичні, ділові, рекламні, тексти інструкцій та оголошень, відозви, звернення, листи, астрологічні та економічні прогнози, побутові розповіді, анекдоти, прогнози погоди, ворожіння та ін.

Останнім часом існуючі класифікації доповнили двома типами текстів — прецедентним і патогенним. Вони поєднують у собі ознаки різних текстів. Їх комунікативна роль у суспільстві зростає.

Поняття «прецедентний текст» впровадив у науковий обіг російський мовознавець Ю. Караулов.

**Прецедентний текст** — текст, основними ознаками якого є особлива значущість для окремих особистостей і для значної кількості осіб, а також багаторазове звернення до нього в дискурсі цих особистостей.

Прецедентні тексти можна назвати хрестоматійними в тому сенсі, що всі мовці знають їх. Це є свідченням належності мовця до певної епохи та її культури, а незнання — свідченням відторгнення від них. Прецедентні тек-

сти формуються з фольклорних шедеврів, Святого Письма, світової та національної класики.

Важливою ознакою прецедентного тексту є семіотичний спосіб його існування, тобто актуалізація його змісту натаюком, відсиланням, ознакою, цитатою. Наприклад: «Ще одна Вавилонська вежа»; «Повернення блудного сина» (Святе Письмо); із однієї критичної статті: «І знову перед нами чергове побачення убивці й грішниці — святої повії» (натяк на текст «Злочину і ка-ри» Ф. Достоевського).

Прецедентні тексти характеризують певну епоху. Вони є чинником культури етносу, важливою складовою комунікації. Зокрема, формування корпусу прецедентних текстів — одна з найважливіших дидактичних проблем, що постає перед укладачами шкільних і вузівських хрестоматій рідної та зарубіжної літератури. Оволодіння прецедентними текстами рідної культури — важливе завдання самовиховання людини. Уміння ж доречно використовувати у спілкуванні ці тексти — необхідна риса комунікативної культури освіченої особистості.

У багатьох класифікаціях текстів виокремлюють *патогенний текст*. Ідеться про негативний вплив на «споживача», негативний перлокутивний (вплив на свідомість та поведінку адресата) ефект тексту.

Однак поняття «патогенний» і «шкідливий» слід розрізняти. Патогенний, як правило, завжди шкідливий, але шкідливий не завжди патогенний. Наприклад, шкідливий для злочинця звинувачувальний вирок не є патогенним текстом для суспільства.

Визначення патогенності тексту залежить від законодавчих і етичних норм у країні. Тобто патогенним можна вважати текст, який заборонений законом і не вписується в домінуючу суспільну мораль. Однак і цей критерій не є абсолютним. Наприклад, тоталітарні тексти періоду фашистської Німеччини чи колишнього СРСР були певною мірою патогенними, але не суперечили чинному законодавству цих країн.

До патогенних відносять тексти:

- спрямовані на підриг віри в Бога;
- націлені на підриг національних та державних інтересів;
- які загрожують глобальній безпеці;
- що загрожують суспільній моралі;

— які мають шкідливий психологічний вплив;

— що призводять до нехтування основними правами і свободами людини.

Існує думка, що проблема патогенності текстів може бути розв'язана впровадженням і функціонуванням цензури. Однак це безперспективно, оскільки сама цензура спирається на певне законодавство, а воно віддзеркалює політичні реалії (в СРСР існувала «драконівська» цензура, яка захищала патогенні тексти).

Явище патогенності спостерігається і в рекламі, тексти якої бувають шкідливими для людей, оскільки ґрунтуються на сугестії (підсвідомому впливі, гіпнозі).

З огляду на це патогенним текстом можна називати текст, який завдає, чи, на думку експертів, спроможний завдавати шкоди моральному та психічному здоров'ю окремої особи, нації, держави, людства.

Симптомами патотексту, на думку українського журналіста і лінгвіста Б. Потятинника, є:

— погіршене сприйняття нової, особливо суперечливої інформації, зациклення на певній інформації як єдино правильній; параноїдальна одержимість певним текстом;

— зниження морально-психологічного рівня функціонування особистості.

Однак названі ознаки чіткому критерію не підлягають і є значною мірою суб'єктивними.

Важливим є питання способів нейтралізації патогенного тексту. Б. Потятинник вказує на два варіанти нейтралізації:

— організаційний (полягає у контролі інформаційних потоків за допомогою певних організаційних заходів — цензури, протекціонізму (захисті текстів естетичних, моральних, інтелектуальних тощо));

— альтернативно-конкурентний (передбачає нейтралізацію патотексту іншим — конкурентним текстом; нейтралізація, звичайно, здійснюється у психіці «споживачів» текстів).

На практиці обидва методи часто поєднують: для патотексту створюють несприятливі умови, а істинні тексти заохочують матеріально і морально.

Отже, найзагальнішою категорією комунікації як модусу існування явищ мови у живому спілкуванні особистостей є дискурс. З часом, коли консеитуаційні умови спілкування забуваються, дискурс трансформується в текст. У свою чергу, текст, потрапляючи до спо-



живача, наповнюється інтенціями, особистісними смислами і стає вторинним дискурсом, значущим саме для цієї особистості. Тому взаємодію дискурсів і текстів можна кваліфікувати як їх «кругообіг» у суспільстві. Інформаційний рух дискурсів і текстів стає основою їх типології.

### Інформація в дискурсах і текстах

Сутністю комунікації є передавання від адресанта до адресата певної інформації. У лінгвістиці інформація пов'язана із двома поняттями — «значенням» і «сміслом».

На думку багатьох лінгвістів, значення і смисл — найважливіші категорії будь-якої мови і відповідно лінгвістики. Мова існує як «провідник» значень і смислів між людьми. Носіями значень і смислів є насамперед найважливіші одиниці мови, до яких відносять номінативні й комунікативні.

**Значення і смисл номінативних одиниць.** До номінативних одиниць належать слова і (в окремих концепціях) словосполучення. Кожне слово в системі мови має одне або декілька значень.

**Значення** — пов'язаний з конкретною мовною одиницею у свідомості носіїв мови узагальнений образ певного предмета або ситуації, факту, події.

Слово збуджує у свідомості комунікантів не лише узагальнені образи, а й уявлення про конкретні предмети або ситуації, тобто набуває певного смислу.

**Смисл** — зміст, який отримує мовна одиниця при її вживанні в мовленні.

Значення і смисл — не одне й те ж. Так, одне із значень слова «пес» в українській мові — домашня тварина, родич вовка, використовується людиною для охорони, полювання, перевезення (на Півночі) тощо. Однак у мовленні це слово може бути носієм різноманітних смислів, тобто збуджувати в свідомості адресатів різні образи. Так, висловлювання «Пес — друг людини» породжує в свідомості слухача образ якогось узагальненого, «еталонного» пса. Сприймаючи висловлювання «Я купив пса», слухач уявляє собі якогось невизначеного пса (оскільки тварини він не бачив), а не узагальненого,

конкретного пса. Почувши запитання «*Чому ви залишаєте пса без нагляду?*», адресат мусить подумати вже про конкретного пса — того, що залишив без нагляду. Висловлювання «*Злий як пес*» змушує слухача сприйняти такий смисл: «*Пси злі*».

Це властиве і певним типам словосполучень.

Механізм переходу слів і словосполучень від значень до їх смислів описаний швейцарським мовознавцем Шарлем Баллі (1865—1947). Він зазначав, що мовна одиниця має лише потенційні, можливі властивості. При вживанні цієї одиниці в мовленні відбувається її актуалізація.

**Актуалізація** (лат. *actualis* — діяльний) — перехід від мови до мовлення і реалізація потенційних властивостей, мовних елементів, яких вимагає певна мовленнєва ситуація.

Актуалізація відбувається за допомогою актуалізаторів.

**Актуалізатори** — елементи, які прив'язують зміст мовних виразів до умов спілкування, знань учасників конкретного мовленнєвого акту.

Актуалізаторами у мовленні (дискурсі) виступають різноманітні займенники (*мій пес*); прислівники, прийменники тощо (*пес, якого ми знайшли там*); час, спосіб, вид дієслова (*Я купив, Я куплю, Я купив би*). Часто роль актуалізатора виконують контекст і ситуація спілкування. Саме ці засоби актуалізують, наприклад, слово *пес* у висловлюванні «*Чому ви залишаєте пса без нагляду?*» ('пес залишився без нагляду').

**Сутність теми і реми.** У традиційній системно-структурній та функціонально зорієнтованій лінгвістиці сформувалося таке розуміння співвідношення одиниць спілкування: у модусі Мова одиницею спілкування є *речення*, у модусі Мовлення — *висловлювання*. Висловлювання — це актуалізоване у мовленні речення. Початкова актуалізація торкається лише інформаційної складової одиниці й здійснюється як актуальне членування.

**Актуальне членування речення (висловлювання)** — членування на тему (*дане, основа, відоме*) і рему (*нове, ядро, повідомлюване*).

Будь-який член висловлювання, згідно з наміром адресанта, може бути темою або ремою, наприклад: *Книга* (тема) *на столі* (рема) (відповідь на запитання: *Де кни-*

га?); *На столі* (тема) *книга* (рема) (відповідь на запитання: *Що на столі?*).

Актуальне членування висловлювання протиставляється формально-граматичному членуванню речення: при одному й тому ж формально-граматичному членуванні актуальне членування може бути різним. Наприклад, у відповідях на різні запитання до речення *Сьогодні приїхав Іван Іванович* утілюються різні висловлювання з різною темо-рематичною організацією: (*Коли приїхав?*) — *Сьогодні приїхав Іван Іванович*; (*Хто приїхав сьогодні?*) — *Сьогодні приїхав Іван Іванович*; (*Чи є Іван Іванович?*) — *Сьогодні Іван Іванович приїхав*.

Засобами актуального (темо-рематичного) членування виступають: інтонація (характер наголосу, паузація), позиція у висловлюванні (як правило, тема стоїть на початку, а рема в кінці), певні типи прислівників, часток (*саме, лише, навіть* тощо), невизначені артиклі, агентивне доповнення. Серед найуживаніших засобів актуального членування є логічний наголос і порядок слів у висловлюванні. У багатьох випадках рема розпізнається з контексту шляхом вилучення із складу висловлювання надлишкової самоочевидної теми, наприклад:

*А.: Як він вам видається?*

*Б.: Хворий він дуже...*

Отже, актуальне членування висловлювання — категорія мовлення як модусу існування засобів мови. У комунікації ж ці засоби виявляються як мовний код зі своїми категоріальними особливостями і способами передавання інформації.

### Експліцитна та імпліцитна інформація в комунікації

У комунікації інформація може передаватись двома способами: явно (відкрито) або приховано (замасковано). Відповідно смисл повідомлень може бути експліцитним або імпліцитним.

**Експліцитний** (лат. *explicito* — явний, виражений) **смисл (інформація)** — явний, виражений смисл, який сприймається комунікантами із значень мовних одиниць.

**Імпліцитний** (лат. *implicito* — неявний) **смисл (інформація)** — неявний, прихований смисл, який виводиться слухачем (читачем) із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування.

Для прикладу розглянемо діалог:

*А.: Підемо увечері в кіно.*

*Б.: Я повинен готуватись до іспитів.*

Безпосереднім змістом репліки Б. є повідомлення про необхідність готуватися до іспитів. Однак у межах цього діалогу вона позначає також і відмову піти в кіно. В експліцитному вигляді ця відмова не висловлена, а тому її можна вважати імпліцитним змістом (смыслом) репліки Б.

Питання природи й механізмів виявлення імпліцитного смислу вивчається багатьма фахівцями. Деякі дослідники визначають його як зміст (смысл) не виражений, але впізнаваний. Такий підхід є неточним: якщо якийсь зміст (смысл) у тексті нічим не виражений, то він у цьому разі просто відсутній. Тому імпліцитний зміст (смысл) — це зміст виражений, але виражений особливим чином.

Імпліцитний смисл 'Я не піду в кіно' з наведеного діалогу тісно пов'язаний із безпосереднім смыслом репліки Б. «Я повинен готуватись до іспитів»: він виводиться із цього смислу під впливом розуміння адресатом того, що серйозна підготовка до іспитів несумісна з відвідуванням кінотеатру.

У виведенні імпліцитного змісту важливу роль відіграють контекст і ситуація спілкування. Виходячи з цього, можна стверджувати, що імпліцитний зміст (смысл) — це така інформація, яка, не маючи безпосереднього вираження, виводиться з експліцитного змісту (смыслу) мовних одиниць внаслідок їхньої взаємодії зі знаннями отримувача (адресата — читача, слухача) тексту, зокрема з інформацією, яка береться з контексту та ситуації спілкування.

Типи імпліцитної інформації в дискурсі і тексті. Спостереження свідчать, що імпліцитна інформація може перебувати в різних співвідношеннях з комунікативними намірами адресанта (автора тексту), тобто тим змістом, який він хоче передати. З огляду на це розрізняють три різновиди імпліцитного змісту: текстовий, підтекстовий і притекстовий.

*Текстовий імпліцитний зміст* — інформація, яка відповідає явним комунікативним намірам адресанта.

Комунікативні наміри адресанта залежать від контексту й ситуації, у межах яких висловлений зміст. Тобто текстовий імпліцитний зміст можна також визначити як імпліцитну інформацію, продукovanу в таких



контекстно-ситуативних умовах, які змушують адресата сприйняти його.

Прикладом текстового імпліцитного змісту може слугувати 'Я не піду в кіно', виражений реплікою «Я повинен готуватись до іспитів» в аналізованому діалозі. І справді, без цього смислу репліка Б. не буде пов'язаною з попередньою реплікою діалогу.

*Підтекстовий імпліцитний зміст* — інформація, передавання якої входить у приховані комунікативні наміри відправника тексту (адресанта, мовця, автора).

Підтекстова інформація передається в таких контекстно-ситуативних умовах, які не вимагають обов'язкового її сприйняття, однак свідчать про те, що передавання цього змісту було заплановане відправником. Наприклад, без попередньої розмови (тобто без передтексту) співрозмовник каже своєму співрозмовнику: «Учора весь вечір розмовляв по телефону з Гаррі Каспаровим». Кожне висловлювання має мету. Метою цього висловлювання можна вважати бажання мовця передати підтекстову інформацію (смысл) 'Я добре знайомий із відомим шахістом'.

*Притекстовий імпліцитний зміст* — інформація, яка може бути виведена з тексту, хоча її передавання і не входило в комунікативні наміри адресанта.

Цей зміст передається в таких контекстно-ситуативних умовах, які не тільки не передбачають його обов'язкового сприйняття, а й не означають, що таке сприйняття входило в комунікативні наміри відправника. Наприклад, діалог: «А.: Учора весь вечір розмовляв по телефону з Гаррі Каспаровим. Б.: Як, хіба тобі уже встановили телефон?» Сприймавши репліку співбесідника, учасник Б. діалогу «виснував» із неї зміст 'У мовця є телефон'. Репліка А. справді дає підстави для такого висновку, однак навряд чи саме ця інформація входила в комунікативні наміри мовця.

Отже, з погляду комунікативної лінгвістики найзагальнішою категорією організації мовного коду в спілкуванні визнається дискурс — динамічне явище, сам процес спілкування, що після свого завершення перетворюється на текст. Тексту притаманна не комунікативна, а структурна організація. Дискурс і текст — носії інформації, яка у мовознавстві пов'язується із значенням і смыслом, що може бути експліцитним та імпліцитним.

## Мовленнєвий жанр

**Сутність мовленнєвого жанру.** Визнання дискурсу найважливішою категорією міжособистісного спілкування поставило на порядок денний комунікативної лінгвістики проблему базової одиниці комунікації, яка б об'єднувала різноманітні мовленнєві акти. На таку роль претендує мовленнєвий жанр (МЖ). Усе частіше поняття МЖ відносять до найважливіших понять прагмалінгвістики, стилістики, соціолінгвістики, лінгвістики тексту. Практичне володіння мовленнєвим жанром — суттєвий аспект мовленнєвої компетенції особистості. Зокрема, наголошуючи на важливій ролі МЖ у людському спілкуванні, польська дослідниця А. Вежбіцька зазначає, що суспільне життя можна уявити як велику сітку актів мови. На мовленнєвих актах ґрунтується історія (пропозиції, вимоги, переговори, умови тощо), приватне життя (запитання, відповіді, суперечки, аргументація, обіцянки, сварки, скарги, докори, зауваження та ін.). Водночас індивіди намагаються зінтерпретувати те, що їм кажуть інші, тобто зрозуміти, які мовленнєві акти використовують.

Поняття «жанр» традиційно пов'язують передусім з літературознавством, але воно семіотичне, загальнофілологічне і стосується всіх видів словесності.

Пріоритет у формуванні загальнофілологічних основ поняття «жанр» належить російському філологу Михайлу Бахтіну (1895—1973), який у праці «Проблеми речевих жанрів» сформулював найважливіші ідеї щодо поняття «мовленнєвий жанр». За М. Бахтіним, людське мовлення в типових ситуаціях втілюється в певні готові форми мовленнєвих жанрів, які «дані нам, як рідна мова». Вони певною мірою «безособистісні», оскільки є «типовою формою висловлювань, а не самими висловлюваннями». «Мовленнєві жанри організують наше мовлення практично так, як його організують граматичні форми (синтаксичні). Ми навчаємося відливати наше мовлення в жанрові форми, і, чуючи чуже мовлення, ми вже з перших слів вгадуємо його жанр, передбачаємо певний об'єм..., певну композиційну побудову, передбачаємо кінець, тобто з самого початку ми маємо відчуття мовленнєвого цілого...».

Типовими для МЖ є: комунікативна ситуація, експресія й експресивна інтонація, обсяг (приблизно три-

валість мовленнєвого цілого), концепція адресата і «нададресата».

МЖ, на думку вченого, характеризується триєдністю: тематичний зміст, стиль і композиція висловлювань. Наприклад, *повідомлення, оповідання, прохання, питання* тощо характеризуються цією триєдністю, а тому відразу ж пізнаються учасниками спілкування.

Ідеї М. Бахтіна розвивали польські та російські дослідники, зокрема А. Вежбіцька, Н. Арутюнова, Ст. Гайда, В. Богданов, В. Дементьєв, О. Падучева, М. Федосюк, Т. Шмельова та ін. Вони визначають мовленнєвий жанр як прийняті в конкретних ситуаціях і призначені для передавання певного змісту типові способи побудови мовлення або як розгорнуту мовленнєву побудову, що складається з кількох (іноді значної кількості) мовленнєвих актів (мовленнєва дія, що здійснюється згідно з принципами і правилами мовленнєвої поведінки, прийнятими у суспільстві) (МА).

У такому розумінні поняття МЖ і МА зіставні: мовленнєвий жанр виформовується мовленнєвими актами, які є складовими мовленнєвого жанру.

Водночас співвідношення між МА і МЖ не завжди прямолінійні, оскільки:

— деякі МА не втілюються в МЖ (наприклад, повторення, нагадування, перепитування, обмовка тощо);

— як елементарне поняття, МА може бути використане для опису й протиставлення жанрів, які складаються з одного МА або їх сукупності (наприклад, бесіда, суперечка, сварка, умовляння та ін.).

*Мовленнєвий жанр* — тематично, композиційно й стилістично усталені типи повідомлень — носіїв МА, об'єднаних метою спілкування, задумом мовця з урахуванням особистості адресата, контексту і ситуації спілкування.

Російська дослідниця Т. Шмельова виділила такі ознаки МЖ:

1. Комунікативна мета. За нею виокремлюють:

— інформаційні (повідомлення, підтвердження, запит, заперечення інформації, згода з думкою або заперечення її);

— оцінні (похвала, огуда, схвалення, докір);

— етикетні (привітання, вибачення, призначення на посаду, прощання, оголошення війни тощо);

— імперативні (наказ, прохання, заборона, порада, рекомендація, інструкція, розпорядження, обіцянка, зобов'язання та ін.).

2. Концепція автора (адресанта). Передбачає врахування того, ким він є: своїм/чужим; старшим/рівним/підлеглим; авторитетним/неавторитетним; таким, що має/не має повноважень; більш/менш поінформованим; зацікавленим/незацікавленим тощо.

3. Концепція адресата. Враховує аналогічні параметри.

4. Подійний зміст. Передбачає віднесеність/невіднесеність до особистісної сфери автора або адресата, часо-ву перспективу події, оцінку події; важливою є кількість подій (епізодів, вчинків).

5. Комунікативне минуле. Враховує те, що передувало жанру. Виділяють МЖ реактивні й ініціативні. Породження *реактивних МЖ* «провокують», наприклад, запитання, адресовані учасникам спілкування, звернення, вимоги, запити тощо; створення *ініціативних МЖ* може бути викликане передусім позамовними чинниками, залежить від інтенцій мовця тощо.

6. Комунікативне майбутнє. Визначає стандарти спілкування, слідування одних МЖ за іншими. Так, наприклад, за проханням слідує згода або відмова, за питанням — відповідь та ін.

7. Параметр мовного втілення. Це мовне оформлення МЖ, спосіб, яким МЖ доходить до його адресата (порівняйте, наприклад, стандартизовану процедуру заповнення формуляра і складну творчу працю, яка супроводжує написання роману).

Виділені ознаки МЖ Т. Шмельова назвала «паспортом МЖ».

У лінгвістичній літературі наявні різні спроби типології МЖ. Наприклад, М. Федосюк розрізняє *елементарні* (повідомлення, похвала, привітання, прохання тощо) та *комплексні МЖ*, які формуються з елементарних. МЖ можуть бути *монологічними* (заспокоєння, переконання, умовляння) і *діалогічними* (бесіда, дискусія, суперечка, сварка).

Враховуючи параметри аналізу і «паспорт МЖ» Т. Шмельової, визначимо комунікативну природу такого елементарного (за типологією М. Федосюка) МЖ, як *докір*, а також найважливіші ознаки, які відмежовують *докір* від інших типів МЖ з негативною мовленнєвою оцінкою.

За *комунікативною метою* докір належить до оцінних МЖ, оскільки основним наміром адресанта є висловлення негативного ставлення до когось або персоні-



фікованого чогось. При цьому адресант орієнтується на певні норми, з якими експліцитно або імпліцитно порівнюється те, що підлягає негативній оцінці. Ці норми можуть бути соціальними, моральними, етичними, естетичними, офіційними, неофіційними, колективними, груповими, індивідуальними, вербалізованими і невербалізованими тощо. Наприклад:

*Петро, мій товариш, спохмурнів, коли я все йому до кінця виповів, подумав трохи і сказав таке:*

— *Чого ти не прийшов раніше, коли вони ще лишень крутили тебе? # (докір). Я б тобі все пояснив, порадив, як бути, щось би ми з того вишукали # (аргументація докору логічна). Існує одне золоте правило для всіх нас: не підписувати жодного з їхніх паперів <...> # (аргументація докору з посиланням на неписані норми спілкування з працівником КДБ) (Андрухович Ю. Московіада).*

Часто у докорі зона невідповідності нормам може бути «розмитою»; цим він відрізняється від звинувачення, дорікання, скарги, нотації. Міра ж невідповідності цим нормам є незначною, а тому форма несхвалення в докорі є «м'якою», чим він відрізняється від звинувачення, осуду, засудження, догани, розносу. М'якість форми, спосіб, манери тощо докору — свідчення того, що адресант не має на меті приниження, висміювання когось, а тому докір можна вважати неконфронтативною формою спілкування. Цим він відрізняється від сварки, образи, лайки, погрози, дошкульності, інвективи, огуди, уципливості, шпильок, картання.

Автор докору є людиною зацікавленою; попри можливу різницю у віці, соціальному статусі тощо, віддає перевагу дружньому, партнерському, часто неформальному спілкуванню; він, як правило, вважає, що його докори справедливі. За цим критерієм докір протиставлений догані, настанові, повчанню, звинуваченню, нотації. Наприклад:

*Гоцці знов сів на лаву й, поклавши руки на плече Екегартові, дружньо сказав:*

— *Погано, синьоре Екегарте, те, що ви скептик, надто скептик...* (Домонтович В. Розмови Екегартові з Карлом Гоцці).

Докір завжди має свого адресата, тобто він інтенційно спрямований, на відміну, наприклад, від ламентатії (лат. *lamentatio* — скаржитися), ремства. Адресатом докору можуть бути:

а) конкретна особа, наприклад:

[Сашко:] — *Біда твоя в тім, Артурчику — дозволь тебе так іноді називати, — що ти завжди прагнув ухилитись...* (Андрухович Ю. Московіада);

б) метонімічне представлення адресата як певної інстанції, установи, держави тощо, наприклад:

*Чому ви зачиняєте прохідні... Чому молода артистична істота, недавній десантник змушена... ризикувати життям заради пляшки горілки? <...>*

*Але ці докори повисали в повітрі. <...>* (Андрухович Ю. Московіада);

в) невідома, неусвідомлена інстанція; у цьому разі докір нагадує ламентацию, наприклад:

*І я з докором звернувся в простір:*

— *Ну і що ж мені тепер робити?* (Бабак А. Вільхова кров);

г) власне «Его» мовця, яке оцінює «Alter Ego». Такий тип докору називають самодокором:

*Здавалося йому [Саві]: немов це він і не він. Ніби не він, а хтось інший за нього говорить і діє. <...>*

*А він, справжній Савко, стежить за кожним вчинком, прислухається до кожного слова цього другого. І судить, і гудить, і докірливо до цього іншого каже:*

— *Та хіба ж це ти, Савку?* (Домонтович В. Приборканий гайдамака).

У межах самодокору трапляються вислови «докори сумління», «докори совісті», «докоряти собі за щось» та ін.

Усі типи докорів однобічно скеровані на адресата і цим відрізняються від перекорів.

Адресатом докір може сприйматись як справедливий і як несправедливий. Від цього значною мірою залежить подальший перебіг процесу спілкування, формування його комунікативного майбутнього.

Подійний зміст того, що оцінюється негативно, як правило, стосується минулого; події, що будуть мати місце у майбутньому, можна лише спрогнозувати дуже приблизно; самі події можуть бути одиничними, численними або кількісно невизначеними, сприйматись «у цілому». Наприклад:

1. Одинична подія:

*Чому, питаєте мене, Ваша Королівська Справедливість, чому, сучий хвосте, пішов ти до нього [кадебіста] за тиждєнь?* (Андрухович Ю. Московіада).

2. Численні події:

*Я перериваю Зину:*

— Як це ви можете так рішуче говорити? Зина розводить руками й з докором похитує головою.

— Коли ж, Іполіте Миколайовичу, ви чули, щоб я висловлювалась нерішуче? (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).

3. Кількісно невизначені події:

Зина з докором каже:

— Правдоподібно? Ви питаєте, що таке правдоподібно? (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).

З позицій комунікативного минулого і комунікативного майбутнього докір постає як реактивний МЖ; він скерований на оцінку минулих дій, вчинків, думок тощо, але має вихід у майбутнє. Це стосується насамперед подальшого розгортання МЖ, яке значною мірою залежить від того, як адресат сприймає докір: як справедливий чи несправедливий. За справедливим, як правило, слідує згода і/або виправдання, аргументація (пояснення) причин засудження; за несправедливим — заперечення, рідше — примирення з фактом. На противагу докору причіпки сприймаються як несправедливі, й після них сліднують заперечення або конфліктні типи МЖ: лайка, сварка та ін. Наприклад:

[Галія:] — *Востаннє, коли ти був тут, ти повівся зі мною, наче з повією... Пропає на два тижні!*

[Отто фон Ф.:] — *Я писав роман у віршах, Галю (Андрухович Ю. Московіада) (докір визнається справедливим, а тому адресат вдається до виправдання);*

*...мати, підсунувшись ближче, пригорнулася до нього [Шлойми]. — Мамо, хто це такі? Навіщо ти їх впустила? — запитав він з докором.*

— *Сину! — мати зазирнула йому в очі. Так треба. Поїдь на їхні збори. Вони ж не відчепляться (Ірванець О. Рівне/Ровно) (адресат застосовує пояснення свого вчинку, який мовцем оцінюється як негативний);*

[Шлойма каже сам до себе:] — *Ох, не треба було вчора з тим Маульвюрфом по третю пляшку їхати... Та й по другу не обов'язково було. Ну та вже. Що сталося те сталося (Ірванець О. Рівне/Ровно) (після самодокору слідує самопримирення за моделлю: «маємо що маємо, потрібно жити далі»).*

З урахуванням аспекту мовного втілення для докору адресант може використовувати різні засоби мовного коду: власне мовні, просодичні, паралінгвістичні тощо. У художній літературі, зокрема, наявні вказівки на комунікативне використання нелінгвальних засобів: по-

дивився з докором, докірливо зітхнув, стеновав плечима з докором тощо. Дорікання, зауваження, звинувачення, скарги та деякі інші МЖ мають лише мовні засоби свого вияву.

Залежно від способів мовного вираження *докір* буває прямий або непрямий. При цьому непрямий докір у формі «м'якого» запитання є найважливішим. Можливо, саме такий спосіб мовного вияву докору є «ядерним», а всі інші — «периферійними». Звинувачення, настанови, нападки, нотації, нарікання, причіпки, догани тощо висловлюються, як правило, прямо.

1. Прямий докір:

[Дід:] — *Много зла в тебе накіпєло, ласковий.*

[Отто фон Ф.:] — *Бо я хотів з усіма жити в злагоді. А виявилось, що всі пересварені давно* (Андрухович Ю. Московіада).

2. Непрямий докір:

[Отто фон Ф.:] — *Розкажи мені все-таки, в чому справа? Що за експерименти ви тут провадите? Чому саме ти? Чому з ними? [кадебістами]* (Андрухович Ю. Московіада) (докір сформульовано у вигляді запитання, а не ствердження).

Саме слово *докір* як метаім'я, тобто загальне МЖ, є елементом літературної сфери побутування загальнонародної мови і цим відрізняється від таких лексем на позначення «м'якого» вияву несхвалення і незадоволення, як вимова, дотинок, нагана, причіпка тощо.

Отже, *докір* можна визначити як інтенціональний, односпрямований неконфліктний МЖ у межах неформального спілкування (або автокомунікації) «м'яко» негативної оцінної природи (який, правда, може собою розпочати конфліктні МЖ), реактивної подійної, але ініціативної комунікативної спрямованості з прямим або непрямим способами мовного втілення.

**Типологія мовленнєвих жанрів.** Комплексний підхід, який враховує типи комунікативних інтенцій, способи участі партнерів у комунікації, їх рольові співвідношення, характер реплік, дає змогу виокремити такі МЖ: бесіду, розмову, суперечку, розповідь, історію, лист, записку, щоденник та ін.

**Бесіда.** Це жанр мовленнєвого спілкування (діалог або полілог), в якому у випадку кооперативної стратегії відбувається:

— обмін думками з певних проблем;



— обмін даними про особисті інтереси кожного з учасників з метою встановлення типу стосунків;

— безцільний обмін думками, новинами, спостереженнями (так зване фатичне (розважальне) спілкування).

У бесіді, попри різноманітні тактики, домінує стратегія солідарності й згоди в думках. Це своєрідний обмін симпатіями.

**Розмова.** У межах цього жанру може реалізуватись як кооперативна, так і некооперативна стратегія спілкування. За метою спілкування виділяють:

— інформативну розмову (повідомлення, інформація);  
— наказову розмову (прохання, накази, вимоги, поради, рекомендації, переконування в чомусь);

— розмови, метою яких є з'ясування міжособистісних стосунків (конфлікт, сварка, звинувачування).

Цілеспрямованість — характерна риса розмови на протигагу бесіди, котра може бути безцільним МЖ. Особливістю розмови є стійкі вислови, які історично склалися в системі мови, наприклад: *у мене є до тебе розмова; серйозна розмова; складна розмова* та ін.

**Суперечка.** Це жанр спілкування, у межах якого відбувається обмін думками з метою прийняття рішення або знаходження істини. Різні точки зору учасників суперечки мають спільну дотичну, не виражену мовними формами, — зацікавленість у спілкуванні. Це зумовлює кодекс довіри, правдивість і щирість, які виявляються в етикетних формах, ввічливості, істинності аргументів. Мета суперечки — пошук прийнятного рішення. Водночас це пошук істини, правильного рішення. У суперечці партнери ставляться один до одного з повагою, як до рівних собі. Якщо цього немає, то суперечка вироджується у сварку.

**Розповідь.** У ній переважає монологічна форма мовлення у межах діалогу чи полілогу. Головна стратегічна лінія мовленнєвого спілкування — солідарність, згода, кооперація, «дозвіл» одному з учасників здійснити свою комунікативну інтенцію, скеровану переважно на інформування. Темою розповіді можуть бути будь-які події, факти тощо, які сталися з оповідачем або з кимось іншим.

Характерна риса МЖ розповіді — цілісність інформації, яка забезпечується зв'язністю окремих фрагментів. У розповіді адресат, інтерпретуючи певну подію, виступає в ролі автора, який із власної точки зору оцінює її.

**Історія.** Має форму монологу. Важливий прагматичний чинник — пам'ять. Характерно, що адресат не є дійовою особою історії. Комунікативна мета історії — не лише повідомлення про події, які відбулися раніше, а й підведення певних смислових підсумків, резюме, зіставлення з оцінкою сучасних подій і фактів.

На противагу іншим типам МЖ розповідь та історія належать до запланованих видів мовлення, «дозволених» учасниками комунікативної взаємодії.

**Лист.** Необхідна умова листування — щирість, яка можлива за внутрішньої близькості людей. Листи можуть бути регулярними і нерегулярними. Регулярність листування визначається стосунками між учасниками цього виду спілкування, зовнішніми обставинами листування, актуальністю тем та ін.

**Записка.** Цей жанр писемного спілкування великою мірою формується внутрішнім світом адресанта і адресата, актуальністю обставин, в яких створюється записка. Тому зміст записки, як правило, короткий; розгорнуті роздуми замінюються одним-двома словами, які виконують роль натяку. Ситуативна зумовленість і близькі стосунки між адресантом і адресатом уможливають вільне вираження думок і економного використання засобів мовного коду, наприклад: «Іване! Чекаю завтра о третій».

**Щоденник.** Це тип автокомунікації, тобто спілкування «Его» адресанта зі своїм «Alter Ego». Стилїстика щоденникових записів зумовлена всіма можливими виявами особистості (Я-інтелектуальне, Я-емоційне, Я-духовне тощо). Залежно від переважання того або іншого начала змінюється характер викладу.

Щоденникові записи бувають, як правило, двох типів. Одні щоденники віддзеркалюють орієнтацію автора на опис подій дня, місяця, року тощо; інші — міркування, «потік свідомості», опис асоціацій тощо. Особливо велике значення мають щоденники в житті творчих особистостей.

Отже, мовленнєвий жанр — складова дискурсу, його найважливіша категорія. МЖ об'єднує інтенції учасників спілкування у неконфліктному дискурсі, тематику їх розмов, особливості організації одиниць мовного коду. З певною мірою умовності можна вважати, що спілкування людей — це обмін різноманітними МЖ або їх частинами; структура ж дискурсу постає як сукупність МЖ.

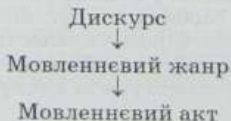
Водночас однією з найважливіших залишається проблема співвідношення МЖ з іншими категоріями міжособистісного спілкування, насамперед дискурсом і мовленнєвим актом.

### Дискурс і мовленнєвий жанр

Проблема співвідношення понять дискурсу і МЖ остаточно не розв'язана. Деякі дослідники (зокрема, М. Федосюк) вважають, що МЖ — це «відносно стійкі тематичні, композиційні та стилістичні типи текстів (мовленнєвих утворень)». Інші, зокрема Ст. Гайда, М. Сарновський, пов'язують МЖ із текстом, вважаючи його взірцем (зразком, моделлю) певного типу тексту, наголошуючи, що використання мови полягає у творенні тексту згідно з моделями. Однак текст, як зазначає російська дослідниця Т. Ніколаєва, — це передусім поєднана смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність, а не комунікативність, тобто здатність слугувати засобами спілкування. Отже, у наведених концепціях радше йдеться не про тексти, а про дискурси, оскільки для їх авторів це розрізнення несуттєве.

М. Бахтін та його послідовниця Т. Шмельова тлумачать МЖ як історично сформований дискурс, певну змістово-тематичну, композиційну та стилістичну єдність. Це дає змогу ієрархічно упорядкувати ці поняття, вважаючи дискурс або рівним одному МЖ (наприклад, коротко сформульоване питання перехожого «Як проїхати на вокзал?»), або єдністю МЖ (наприклад, аргументована емоційно насичена вимога надати слово для виступу на зборах, нараді тощо), у якій можуть бути органічно поєднані такі МЖ, як прохання, вимога, аргументований виклад позиції, погроза, спроба переконання тощо.

Поняття мовленнєвого жанру залишається одним із найважливіших у сучасній комунікативній лінгвістиці, тим містком, який поєднує поняття дискурсу і мовленнєвого акту, виформовуючи зв'язки між ними.



Отже, дискурс постає не як сукупність МА, а таке їх поєднання, яке створює тематичні, прагматичні, функціональні «блоки», що впізнаються, ідентифікуються учасниками спілкування як, наприклад, привітання, прощання, докори, співчуття, освідчення в коханні та ін. У кожному дискурсі, що розгортається «тут і тепер», виявляються лише окремі фрагменти конкретних МЖ. Інші ж, як цілісна функціонально-комунікативна категорія, є певною абстракцією, яка може бути відтворена лише в результаті аналізу сукупності дискурсів.

### Мовленнєвий акт у структурі повідомлення

**Сутність мовленнєвого акту.** Спілкування людей відбувається у межах комунікативного акту, складовими якого є особистості учасників комунікації (адресанта й адресата) як носіїв соціальних ролей, психічних, психологічних та інших рис, духовних, естетичних тощо ідеалів, когнітивних особливостей; елементи мовного та паралінгвального кодів; конситуативні елементи спілкування; повідомлення, яке поєднує комунікантів тощо. Тобто комунікативний акт — це узагальнена схема, певна структура, у межах якої можна розглядати будь-яке спілкування. Водночас існує проблема власне мовної складової комунікативного акту, яка б не зводилась до загальника «мовний код», а була б власне мовленнєвим вчинком особистості у конкретному спілкуванні з іншими. Усе частіше вчені висловлюють думку про те, що мінімальною одиницею спілкування є не речення і навіть не висловлювання, а певні види актів: констатація, запитання, наказ, опис, пояснення, вибачення, подяка, привітання тощо.

Деякі вчені такою одиницею вважають МЖ, але його природа суперечить цьому:

1. МЖ — це певна модель, узагальнення типів спілкування в різних формах, умовах, з різною метою тощо.

2. МЖ — певною мірою деперсоналізований вияв комунікації, оскільки, за М. Бахтіним, він є типовою формою висловлювання, а не самим висловлюванням.

3. МЖ часто виявляється як сукупність висловлювань, що характерно передовсім для «вторинних», «складних» МЖ: розповідь, репортаж, нарис тощо.



З огляду на це МЖ не можна вважати елементарною складовою спілкування, одиницею *руху інтенцій* мовця в комунікації, найпростішим кроком у спілкуванні. Останнім часом такою одиницею все частіше визнають мовленнєвий акт.

**Мовленнєвий акт** — цілеспрямована мовленнєва дія, що здійснюється згідно з принципами і правилами мовленнєвої поведінки, прийнятими в даному суспільстві; мінімальна одиниця нормативної соціомовленнєвої поведінки, що розглядається в межах прагматичної ситуації.

Основними рисами МА є інтенціональність (умисність), цілеспрямованість і конвенціональність. МА завжди співвіднесені з особою мовця і є складовою комунікативного акту поряд з актом аудитивним (тобто комунікативною дією слухача) і комунікативною ситуацією. Послідовність мовленнєвих актів утворює дискурс.

Основи теорії МА було закладено Дж. Остінім у 1955 р. У 1962 р. його погляди знайшли своє втілення в посмертно виданій книзі «How to do things with words» («Слово як дія»). Ідеї Остіна розвивали філософи-аналітики, логіки та прагматики Дж. Серль, П. Строссон, Г.-П. Грайс, Дж. Ліч, Д. Шпербер, лінгвісти Анна Вежбіцька, М. Нікітін та ін. Зокрема, Дж. Серль уважав, що основне призначення мови — не опис об'єктів дійсності, а виконання цілеспрямованих дій, тому в пошуку відповіді на запитання «Що таке значення?» він перейшов з рівня окремого слова на рівень одиниці спілкування, за допомогою якої здійснюється окрема дія, тобто на рівень акту дії. Це дало змогу розглядати висловлювання не в термінах істини/брехні (як це було раніше), а в термінах намірів і умов їх виконання.

Перша версія теорії МА Дж. Остіна з'явилась під назвою теорії перформативів (тобто висловлювань, що відповідають дії, вчинку), у якій досліджувались висловлювання, що перебувають поза критеріями істинності/неістинності (наприклад, оголошення війни чинним монархом, винесення вироку суддею, обіцянки, надання імен тваринам тощо). Такі перформативні акти за своєю комунікативною природою різко відрізняються від констативів (тобто висловлювань, які констатують стан речей), що підлягають критеріям істини/неістини (*світить сонце; Іван одружився з Марією* тощо).

Аналіз перформативів і констативів дав змогу Дж. Остіну сформулювати ідею, згідно з якою комунікації супроводжуються виконанням певних мовних і когнітивних операцій, зокрема створенням граматично правильного речення із «вкладанням» у нього певного смислу (локуції), наданням висловлюванню потрібної комунікативної спрямованості (іллокуції) та впливом на свідомість або поведінку адресата (перлокуції). Це стало підставою для розмежування семантики і прагматики: аспект локуції відійшов до сфери семантики, а іллокуція та перлокуція — до прагматики.

**Складові мовленнєвого акту.** До них відносять локуцію, іллокуцію та перлокуцію.

*Локуція* (англ. locution — мовний зворот) (*локутивний акт*) — побудова фонетично і граматично правильного висловлювання певної мови з певним смислом і референцією.

Іншими словами, це акт «говоріння», вимовляння. За Дж. Остіном, це фонетичний акт — вимовляння окремих слів висловлювання; фатичний акт — вимовляння вже не просто слів, а слів з лексичним та граматичним значенням; ретичний акт — поєднання цих слів з певними референтами (акт референції).

Виокремлення локутивного акту потрібне для чіткого виділення інших актів, насамперед іллокутивного.

*Іллокуція* (il — префікс, який має посилювальне значення, і англ. locution — мовний зворот) (*іллокутивний акт*) — втілення у висловлюванні, породжуваному в процесі мовленнєвого акту, певної комунікативної інтенції, комунікативної мети, що надає висловлюванню конкретної спрямованості.

Як зазначає Дж. Остін, іллокуція — це спосіб використання локуції: запитати або відповідати на запитання; інформувати, переконувати чи попереджати; оголошувати рішення, намір, вирок; признавати на посаду, звертатися чи критикувати; ототожнювати або описувати. Це, власне, те, заради чого створюється конкретний МА, тому він часто ототожнюється з іллокутивною її складовою.

*Перлокуція* (лат. per — префікс, що означає посилення, і англ. locution — мовний зворот, вислів) (*перлокутивний акт*) — наслідки впливу іллокутивного акту на конкретного адресата чи аудиторію.

Дж. Остін вважає, що поняття перлокуції можна сформулювати приблизно так: «За посередництва дії В він виконав дію С», тобто переконуючи (іллокуція), він когось переконав, змусив, спрямував, умовив тощо.

У кожній мові є певна група слів, які позначають результат впливу іллокуції. Цим результатом може бути конкретна фізична або розумова дія адресата: у такому разі перлокуція не є предметом вивчення лінгвістики.

Різницю між згаданими трьома компонентами МА Дж. Остін демонструє таким чином:

*Локуція:* «Він сказав мені: застрель її!», маючи на увазі під «застрелити» саме дію «застрелити» та співвідносячи «її» саме з «нею».

*Іллокуція:* «Він наполягав (або порадив, наказав), щоб я застрелив її».

*Перлокуція:* «Він умовив (досяг того, змусив) мене, щоб я застрелив її».

**Класифікація мовленнєвих актів.** Однією з поширених класифікацій МА є класифікація Дж. Серля, створена в 60-ті роки XX ст. У своїй статті «Класифікація іллокутивних актів» він визначив найважливіші лінгвістично значущі параметри, за якими розрізняються іллокутивні акти, а значить і МА:

- мета;
  - спрямованість акту (твердження спрямоване від слів до реальності, а обіцянки та вимоги — від реальності до слів);
  - вираження психологічного стану мовця;
  - сила прагнення до досягнення мети;
  - різниця в статусах адресанта й адресата;
  - вираження інтересів адресанта й адресата;
  - ставлення до мовленнєвого контексту;
  - різниця між актами, що мають лише мовленнєву реалізацію, та актами, що можуть бути здійснені вербально і невербально;
  - стиль здійснення МА (заява, освідчення тощо) та ін.
- Орієнтуючись на ці параметри, Дж. Серль виокремлює п'ять типів МА:

1. Репрезентативи, або асертиви. Зобов'язують мовця нести відповідальність за істинність висловлювання. Такі МА можуть бути введені за допомогою дієслів *хвалитися, скаржитися* тощо.

2. Директиви. Змушують адресата зробити щось. Опорні дієслова: *запитувати, наказувати, командувати, просити, молити, радити, запрошувати*.

3. Комісиви. Зобов'язують виконати певні дії у майбутньому або дотримуватися певної лінії поведінки. Характерні слова: *мати намір, ставитися прихильно*.

4. Експресиви. Виражають психологічний стан мовця, характеризують міру його відвертості. Це акти поздоровлення, вибачення, привітання, співчуття. Опорні дієслова: *поздоровляти, просити вибачення, співчувати, привітати*.

5. Декларативи. Встановлюють відповідність між пропозиційним змістом висловлювання та реальністю, наприклад: *Якщо я успішно попрацюю на Вас, то Ви станете депутатом*.

Існують й інші класифікації МА. Одна з найпоширеніших — класифікація американського лінгвіста Т. Баллмера, заснована на врахуванні тих контекстних змін, які відбуваються внаслідок впливу МА:

— зміни у «фізичному» контексті: усне мовлення (*казати, повторювати*), писемне мовлення (*записати, зареєструвати*), стан справ (*бажати, планувати*);

— зміни в ментальному контексті: уявлення (*інформувати, повідомляти, переконувати*), опозиція (*віщувати, пророкувати*), увага (*підкреслювати, вказувати*), емоційний стан (*проклинати, журитися*), зобов'язання (*наказувати, гарантувати*), пам'ять (*нагадувати, згадувати*) та ін.;

— зміни соціальних станів: усередині певного колективу (*призначати, звільняти*), індивідуально-публічні (*дякувати, хвалити*) тощо;

— зміни в мовному контексті: спосіб вираження (*перекладати, реферувати*), значення (*визначати, інтерпретувати*), референція (*називати, вказувати*), мовленнєвий хід (*переривати*) та ін.

У комунікативній лінгвістиці недослідженим є співвідношення понять мовленнєвого акту і мовленнєвого жанру. Теорії МА і МЖ тривалий час розвивались (а в багатьох аспектах розвиваються дотепер), не пересікаючись. Творці теорії МА не були ознайомлені з концепцією М. Бахтіна, а тому вже в типології МА Дж. Остіна є елементи, які зближують її з поняттями МЖ. Ця тенденція посилюється у Дж. Серля, який, класифікуючи іллокутивні акти, бере до уваги дванадцять критеріїв («вимірів») іллокутивної сили: мету мовця; відмінності в спрямованості між словами і світом; вираження психічних станів; енергійність (силу) вираження іллокутивної мети; різницю в статусах мовця і слухача; способи співвідношення висловлювання з інтересами мовця і слухача; відмінності у ставленні до контексту; відмінності у пропозиційному змісті висловлювань; відмін-



ності у стилі здійснення іллокутивного акту та ін. Врахування цих критеріїв і насамперед критерію мети спілкування дало змогу йому виділити такі жанрові типи МА:

- вердиктиви (засудження, виправдання та ін.);
- екзерситиви (накази, вимоги тощо);
- комісиви (обіцянки, декларації тощо);
- бехабітиви (вибачення, подяки, побажання та ін.);
- репрезентативи (констатації, прогнози).

Типи комунікативних ситуацій, подані в дужках, і є МЖ.

Є всі підстави вважати співвідношення між МЖ і МА ієрархічними: МЖ складаються із сукупності МА. Водночас МЖ — не просто сукупність МА. У межах одного МЖ можуть виявлятися кілька МА. Так, заспокоюючи когось, тобто вживаючи засоби з «арсеналу» МЖ заспокоєння, мовець може застосовувати елементи аргументації з притаманними їм МА, ставити запитання, розповідати про аналогічні випадки чийогось життя, навіть, якщо це є дієвим для конкретної людини, вжити елементи конфронтативних МЖ, наприклад докоряти слабкістю волі тощо. У кожному випадку будуть використовуватися різні типи МА.

Класифікації МА Дж. Остіна та Дж. Серля, а також Т. Баллмера неповні, оскільки за ними важко ідентифікувати (чи, навпаки, диференціювати) окремі МЖ; один і той самий МА може належати до різних МЖ і, навпаки, в одному типі МЖ можуть траплятися різні МА. Тому важливим є питання створення типології МА, зорієнтованої не лише на абстрактні умови успішності комунікації, а й на класи конкретних МЖ, які формують дискурси спілкування.

Часто МА, зорієнтовані на інтенції мовця, можуть мати небуквальний комунікативний смисл, що не залежить від структури повідомлення — МА, а «вичитується» адресатом з комунікації з опертям на імплікатури дискурсу, максими спілкування та інші чинники.

З огляду на це виокремлюють первинні і вторинні МЖ. *Первинні* за своєю комунікативною сутністю (відпрацьованість у різних типах спілкування, автоматизм розгортання, стійкість форм втілення тощо) нагадують граматичні категорії, наприклад, питання, відповідь, твердження, заперечення, звертання, нагадування, привітання, прощання, уточнення та ін. *Вторинні* МЖ формуються внаслідок складної взаємодії первинних

МЖ із конкретними МА як носіями комунікативного «імпульсу», наприклад, розповідь, переконування, інтимна чи офіційна бесіда тощо.

Аналіз конкретних інтеракцій, дискурсів тощо дає підстави стверджувати, що процес спілкування значно складніший, ніж простий обмін його учасниками МА. У реальній комунікації окремі МА пов'язані між собою, «перетікають» один в одного, формуючи МЖ, які також за певними законами взаємодіють у межах дискурсу. Зв'язність комунікації здійснюється одночасним виконанням двох актів — інтеракціонального та іллокутивного. Інтеракціональний акт як глибинна структура комунікації може реалізовуватись у формі одного чи кількох іллокутивних актів (МА). При цьому за участі в комунікації кількох осіб одночасно (полілогічне спілкування в малих мовленнєвих групах) відбувається процес когнітивного «протоколювання» учасниками сказаного іншими, накопичення його в пам'яті для нормального плину полілогу. Тому, крім виділених Дж. Серлем типів МА, можна стверджувати ще про один тип — *інформатив*, дія якого полягає в оповіщенні всіх учасників комунікації про те, який іллокутивний акт мовець здійснює стосовно адресатів на тлі вже висловлених МА.

Отже, теорія МА, яку розглядають як адекватну теорію комунікації, насправді такою не є, оскільки учасники не просто обмінюються МА як статичними утвореннями, а організовують свою інтерактивну діяльність, орієнтуючись на «розмитість» мовою комунікативної сфери, на постійні уточнення і корективи тощо. Це свідчить про те, що теорія МА перебуває на стадії становлення, а самі МА з позиції комунікативної лінгвістики варто розглядати як складові МЖ і дискурсів, в яких імпліцитно зосереджені інтенції адресата, що взаємодіють з іншими дискурсивними складовими.

### Перформативи і констатииви

Сутність перформативів і констативів. Поняття «перформатив» запропонував Дж. Остін. Розглядаючи діяльні ознаки мови, він помітив відмінності між двома типами висловлювань. (1) *Він назвав цей човен «Квін Елізабет — 2»* і (2) *Називаю цей човен «Квін Елізабет — 2»*. У першому випадку наявний опис акту на-

зивання, його констатація ніби збоку, третьою особою, тобто йдеться про констатив.

**Констатив** (англ. *constative*, від лат. *constat* — містити в собі, стояти стійко) — тип повідомлення, яке позначає стан речей, констатує факт об'єктивної (чи такої, яка вважається об'єктивною) дійсності.

У другому випадку — сама дія називання; тут саме висловлювання відповідає дії, вчинку, оскільки має чіткі наслідки: з цього моменту човен носитиме таке ім'я. Тобто наявний перформатив.

**Перформатив** (сер.-лат. *performato* — дію) — висловлювання, еквівалентне дії, вчинку.

Перформатив у контексті подій створює соціальні, комунікативні або міжособистісні ситуації, які завжди мають наслідки (оголошення війни, декларації, заповіді, обіцянки, присяги, вибачення, адміністративні та військові накази тощо). Наприклад, сказати «Я зобов'язуюсь» означає взяти на себе зобов'язання.

Перформативам властиві певні особливості:

— вони, як правило, мають дієслово в 1-й особі однини теперішнього часу дійсного способу, хоча можливі й такі формули: «У нас не палять», «На подвір'ї псів не вигулюють» тощо;

— вимовляючи перформатив, мовець здійснює (а не описує чи називає) дію, а це означає, що, будучи дією, а не повідомленням про дію, перформатив не може отримати оцінки «істинний» чи «неістинний»;

— перформатив може бути ефективним або неефективним; щоб бути ефективним, він має задовольняти «умови успішності» (наприклад, особа, що віддає наказ, повинна мати відповідні повноваження; повинен бути підлеглий, якому віддають наказ тощо);

— перформативи повинні спиратися на соціальні конвенції, тобто щоб мати право на формулювання перформативу, мовець мусить володіти відповідними конвенціонально визнаними правами. Наприклад, лише чинний суддя має право на винесення вироку. В іншому разі «вирок» в устах іншої людини розглядається як жарт;

— перформативні дієслова, як правило, мають у своєму значенні ознаку 'мовлення';

— дієслова, що позначають негативну комунікативну мету, не допускають перформативного вживання (*брехати, ображати* тощо).

Дослідники виділяють також «пом'якшені» перформативи, наприклад: *Чи можу я Вас запросити на вечірку? — 'Запрошую Вас на вечірку'.*

**Типологія перформативів.** У літературі існує кілька класифікацій перформативів (Дж. Остін, З. Вендлер, Ю. Апресян та ін.).

Однією з найпоширеніших є класифікація Ю. Апресяна. Він розглядає перформативність як багатоаспектне функціонально-комунікативне явище, що має різноманітні вияви: морфологічні, синтаксичні, словотвірні, семантичні та прагматичні. З огляду на це Апресян виокремлює такі групи перформативів:

- спеціалізовані повідомлення і твердження (*доповідати, доносити, заявляти, повідомляти, нагадувати, оголошувати, заперечувати, свідчити, переконувати* та ін.);

- зізнання (*зізнатися, каятися*);

- обіцянки (*обіцяти, гарантувати, присягати, зарікатися* тощо);

- прохання (*молити, заклипати, просити, благати* та ін.);

- пропозиції та поради (*викликати (на бій), пропонувати, радити, рекомендувати, закликати (до порядку)* тощо);

- попередження і пророкування (*попереджати, пророкувати*);

- вимоги та накази (*наказувати, наполягати, вимагати, ставити умови*);

- заборони і дозволи (*забороняти, дозволяти, санкціонувати* тощо);

- згоди і заперечення (*визнавати, заперечувати, погоджуватися, протестувати* та ін.);

- схвалення (*схвалювати, благословляти, рекомендувати (когось на посаду)* та ін.);

- осуди (*засуджувати, проклинати* тощо);

- прощення (*прощати, виправдовувати* та ін.);

- мовленнєві ритуали (*дякувати, вітати, прощатися, співчувати, бажати успіху* та ін.);

- спеціалізовані акти відчуження, відміни, відмови тощо (*брати своє слово назад, дезавувати, денонсувати, доручати* та ін.);

- називання і призначення (*призначати, називати, оголошувати* тощо).

У процесах міжособистісної комунікації перформативи виконують важливі дискурсивні функції «прив'я-



зування» спілкування до ситуації, до чинних станів речей, соціальних ролей, психологічних відчуттів адресанта і адресата, інших учасників тощо. Ілюстрацією цього є приклади з художньої літератури:

[Слідчий:] *Розстрілять!* (Хвильовий М. Я-Романтика); *Геть! скрикнула вона* [господиня], *звертаючись до Явдохи* (Хвильовий М. Іван Іванович); *Каюсь! І справді «жахливий» злочин* (Хвильовий М. Памфлети); *Наказую негайно виловити банду...* (Хвильовий М. Солонський Яр); *Простіть мені, мамо, сказав я, ставши на коліна* (Косинка Г. Мати); *Мусю, я тебе молю ... не сварися з ними за свою політику...* (Косинка Г. Політика).

Отже, живе спілкування людей у своїй основі перформативне, а окремі МЖ, які у ньому формуються, мають прихований перформативний характер. Перформативи пов'язують пропозиційний зміст висловлювання з конкретними умовами спілкування, соціальними ролями його учасників. Вони, як зазначав Дж. Серль, заповнені життям.

### Імплікації та імплікатури дискурсу. Непрямий мовленнєвий акт

Сутність імплікації та імплікатури дискурсу. Ефективність комунікативного акту залежить від осіб адресанта і адресата. Саме мовець визначає, яким буде МА: перформативним чи констативним, прямим чи непрямим. Від адресата, у свою чергу, залежить те, чи зможе він інтерпретувати цей МА як перформативний чи констативний, прямий чи непрямий і відповідно відреагувати реплікою в діалозі або конкретним немовленим вчинком. Наприклад, звертаючись до сусіда за столом, адресант каже: *Ви не змогли б передати мені сіль?* Цей МА є непрямим тому, що у формі запитання мовець сформулював прохання 'передайте, будь ласка, сіль'. Але адресат, якщо він є носієм конкретної мови і культури, володіє достатнім рівнем комунікативної компетенції, правильно проінтерпретує це повідомлення і передасть сіль. Неправильна інтерпретація можлива у разі орієнтації лише на структуру пропозиції. Наприклад, відповідь *Так, можу, але відсутність відповідної дії 'передача солі тому, хто просить'.* У випадках правильної інтерпретації мовець орієнтується не на конвенції мови,

де домінують логічні імплікації, а на конвенції спілкування, де домінують імплікатури дискурсу. Тобто адресат «висновує» потрібний зміст, спираючись на комунікативну, а не на мовну компетенцію.

*Імплікація* (лат. *implicatio* — сплетення, переплетення) — логічна операція, що пов'язує два висловлювання в одне складне і, як правило, в мові відповідає сполучнику «якщо..., то...».

Перший член такого виразу («Якщо А, то В...») називають *антицедентом* (попереднім), основою умовного висловлювання, а другий — *консеквентом* (наступним), його наслідком.

Це тлумачення імплікації стосовно комунікативних аспектів мови спрацьовує не так строго; йдеться про «висновування» адресатом іллокутивного змісту повідомлень у їх «прямому» вживанні, у межах прямих мовленнєвих актів.

Однак часто спостерігаються випадки непрямого вживання повідомлень (МА), де такі імплікації не чинні або «не спрацьовують». Адресат спирається на якісь інші закономірності вияву іллокутивного змісту мовленнєвого акту. Саме їх Г.-П. Грайс назвав імплікатурами мовленнєвого спілкування, або імплікатурами дискурсу.

*Імплікатури мовленнєвого спілкування* — прагматичні компоненти змісту повідомлень, мовленнєвих жанрів, дискурсів, які виводяться адресатом з контексту спілкування завдяки знанню комунікативних принципів, максим, постулатів та конвенцій спілкування.

Іншими словами, імплікатури дискурсу породжуються не структурою мовного коду, а виникають із загальних умов успішності комунікації.

**Непрямий мовленнєвий акт.** Значна кількість МА може бути інтерпретована адресатом лише на основі імплікатур дискурсу. Наприклад, висловлювання *Життя є життя* чи *Закон є закон* порушують максимум Г.-П. Грайса «будь інформативним», оскільки вони формально тавтологічні. Спираючись на принцип кооперативного спілкування, адресат сприймає їх не як тавтологічні, а інформативні, «вичитавши» в цих висловлюваннях імплікатури 'життя завжди складне і його треба сприймати таким, яким воно є' та 'закон потрібно виконувати'. Йдеться про непрямий мовленнєвий акт.

*Непрямий мовленнєвий акт* — мовленнєва дія адресанта (автора), смисл якої виводиться з опертям на імплікатури дискурсу.

Типові приклади непрямих мовленнєвих актів:

— *Ви не змогли б зачинити двері?* (комунікативний смисл 'зачинять двері');

— *Чи можу попросити вас передати мені сіль?* (комунікативний смисл 'прошу передати мені сіль');

— *Ти не даси мені свій конспект?* (комунікативний смисл 'дай мені свій конспект').

Отже, комунікативний смисл непрямих МА виводиться не із змісту (значення) пропозиції, а із засобів мовленнєвого коду, вжитих у конкретній конситуації, з конкретними мовцями, конкретною тематикою спілкування.

Однак, як зазначає Дж. Серль, орієнтація адресата лише на пропозиційний зміст МА не завжди дає змогу пізнати адекватний намірам адресанта комунікативний смисл. Так, висловлювання *Я не можу зачинити двері* може бути носієм мовленнєвих актів з різним пропозиційним змістом: повідомлення, попередження, докору, прохання, заперечення та ін. І навпаки, висловлювання *Ви мені заважаєте* не може бути носієм мовленнєвих актів з пропозиційним змістом доручення, питання, дозволу, передбачення, вибачення, благословення та ін. Тобто пропозиційний зміст лише задає висловлюванню комунікативний напрям; «вчитування» ж адресатом справжнього комунікативного наміру адресанта відбувається з оперттям на імплікатури дискурсу конкретного повідомлення.

Імплікурам дискурсу властиві такі особливості:

— мовні одиниці в комунікації можуть бути носіями різних значень;

— зміщення цих значень стосовно одних і тих самих мовленнєвих актів регулярні;

— зміщення, пов'язані з різними типами пропозитивних установок і модальностей (можливість, бажаність, необхідність, причинність тощо);

— мовні засоби в непрямих МА часто конвенціоналізуються, стають прагматичними кліше (наприклад, за питанням іде прохання *Ви не скажете, котра година?*);

— мовні засоби непрямих МА «відсилають» до сфери немовних знань учасників комунікації (пресупозицій, знань принципів спілкування, ознак успішності комунікації);

— мовні одиниці непрямих МА ніби свідчать про «порушення» мовцем одного чи кількох постулатів комунікативного кодексу та ін.

Загалом непрямий МА «розпізнається» у межах конкретного комунікативного акту з урахуванням усіх

без винятку його складових. Особливе значення при цьому має рівень комунікативної компетенції учасників спілкування, контекст і ситуація, у межах яких це спілкування відбувається.

Нижче наведено приклад спілкування героїв повісті В. Домонтовича «Дівчина з ведмедиком» із використанням непрямих мовленнєвих актів:

*Зина звертається до мене з запитанням:*

— *Вам не дуже сподобалися мої вчорашні розмови?*

— *Мені? <...> Не знаю, Зино, не знаю. <...>*

*Зина мені каже:*

— *Ведмедики теж не знають!..*

*Мабуть, я таки подарую вам якогось. <...> Я теж нічого не знаю!*

*Так, нічого не сказавши, ми сказали все! З безмовності родилося розуміння й близькість.*

Поняття імплікатур дискурсу дає змогу дослідникам процесів комунікації, загалом лінгвістам, спростити представлення семантичної структури одиниць спілкування (МА), вивівши із семантичного опису прагматичні елементи, пов'язані з імплікатурами та деякими іншими складовими.

### Імпліцитна інформація в мовленнєвих актах

Імпліцитна, тобто формально не виражена, але наявна в комунікації, конкретному МА, інформація пов'язана передусім з пресупозицією (презумпцією).

У сучасній лінгвістичній, лінгвофілософській і логічній літературі термін «пресупозиція» вживають у широкому і вузькому значеннях. Обидва значення цього терміна взаємопов'язані й пересікаються в певних площинах.

*Пресупозиція* (лат. *prae* — попереду і *suppositio* — припущення) (у широкому значенні) — спільний фонд знань, спільний досвід, спільні попередні відомості про явище, подію, стан речей тощо, якими володіють комуніканти; зона перетину когнітивних просторів учасників комунікації, яка актуалізується в процесі спілкування.

З огляду на структуру комунікативного акту виділяють три типи пресупозицій: макропресупозиція, соціумна пресупозиція і мікропресупозиція (ситуативна).

*Макропресупозиція* — фрагмент спільної когнітивної бази учасників комунікації. Це спільність національно-лінгвокультурних особливостей (або достатнє володіння ними).



*Соціумна пресупозиція* — фрагмент колективного когнітивного простору, який актуалізується в комунікації. Вона можлива при спілкуванні людей, які належать до одного соціуму, але не обов'язково до однієї національно-культурної спільноти.

*Мікропресупозиція* — спільний фонд знань комунікантів про конкретну ситуацію, у межах якої відбувається комунікативний акт.

Саме пресупозиції значною мірою впливають на створення адресантом конкретного МА і сприйняття його адресатом, тобто пов'язують розуміння пресупозиції в широкому і вузькому значеннях.

*Пресупозиція* (у вузькому значенні) — імпліцитний компонент смислу повідомлення (висловлювання), який повинен бути істинним, щоб повідомлення (висловлювання) загалом не сприймалось як семантично аномальне або недоречне у певному контексті.

Приклади пресупозицій:

1. *Видатний український лінгвіст Олександр Потебня жив у Харкові* (: Олександр Потебня — лінгвіст; Олександр Потебня — український учений; є місто Харків);

2. *Івану вдалося відправити посилку* (: Іван раніше намагався відправити посилку);

3. *Сонце сідає, задуха, як правило, зникає* (: Коли сонце сідає, задуха, як правило, зникає);

4. *Іван працює у Львівському університеті* (: Існує Львівський університет; : Іван прописаний у Львові);

5. *Запитання у транспорті: Ви виходите на наступний?* (: Якщо ні, то дозвольте пройти).

З огляду на структуру МА виокремлюють категоріальну, екзистенційну, фактуальну пресупозиції.

*Категоріальна пресупозиція*. Це обмеження на семантичну сполучуваність, пресупозиції про те, який *актант* належить до сфери застосування предиката, наприклад, *гавкати* (стосовно людини сприймається як переносне вживання). У цьому випадку дієслово *гавкати* буде сполучуватись лише з іменами (та їхніми метонімічними варіантами) людей. Вплив пресупозицій виявляється в тому, що вона «відсилає» адресата до прямого значення слова *гавкати* (собака);

*Екзистенційна пресупозиція*. Це пресупозиція існування та одиничності; входить у значення конкретно-референтних іменних груп: *Той, хто відкрив еліптичну форму планетних орбіт, помер у бідності* (: Існувала людина, що відкрила еліптичну форму планетних ор-

біт'). Вплив пресупозиції виявляється в тому, що вона натякає на існування когось або чогось в об'єктивній дійсності, або дійсності, яку вважають об'єктивною: *Кентаври йшли берегом* (: 'Існують кентаври').

*Фактуальна пресупозиція.* Свідчить про наявність факту: *Іван знає, що Париж — столиця Франції* (: 'Париж — столиця Франції'). Пресупозиції цього типу «відсилають» до знань носіїв мови про певні факти.

З огляду на найважливіші складові елементів мовного коду дослідники розмежовують семантичні та прагматичні пресупозиції.

*Семантична пресупозиція.* Це семантичний компонент повідомлення (висловлювання, судження), неістинність якого в певній ситуації перетворює повідомлення на аномальне або недоречне. Наприклад: *Пилип знає, що Нью-Йорк — столиця США*, де фактуальна пресупозиція *Нью-Йорк — столиця США* є неістинною.

*Прагматична пресупозиція.* Це компонент повідомлення, відсутність якого перетворює це повідомлення на недоречне — нецире, провокаційне тощо. Прагматична пресупозиція є прагматичною в тому сенсі, що її зміст містить відсилання до мовця, тобто до однієї з прагматичних складових мовленнєвого акту.

Семантична пресупозиція висловлювання — це істинне судження, а прагматичною пресупозицією може бути «нестверджуване судження» і навіть пропозиційна форма.

А.: *Чи правда, що він хворий?*

В.: *Не знаю, але він усім каже, що хворий.*

Прагматична пресупозиція 'він хворий' із знятим твердженням, щось на зразок: 'він хворий або він не хворий'.

**Особливості пресупозицій.** Пресупозиціям властиві ознаки, які відрізняють їх від інших типів імпліцитної інформації:

1. Неістинність пресупозиції робить повідомлення аномальним: *Пилип знав, що Нью-Йорк — столиця США*. Оскільки столицею США є Вашингтон, а не Нью-Йорк, повідомлення сприймається як семантично аномальне.

2. Пресупозиція повідомлення зберігається при запереченні, тобто не підлягає дії заперечення: *Іван працює на заводі* ↔ *Іван не працює на заводі*. Залишається екзистенційна пресупозиція: 'Є якийсь Іван'.

У повідомленні пресупозиція протиставлена асерції (компонент смислу повідомлення, який підлягає запереченню). Наприклад:

— Іване, зачини, будь ласка, двері!

Пресупозиція:

а) 'Є Іван, який може зачинити двері';

б) 'двері відчинені'.

Асерція: 'прохання зачинити двері'.

У комунікації асерція і пресупозиція виступають найважливішими складовими структури повідомлення.

### Зіставлення пресупозицій та інших типів імпліцитної інформації

У конкретному мовленнєвому акті в структурі дискурсу спостерігається складна взаємодія різних типів імпліцитної інформації (імпліцитних смислів). Серед них найважливішими є пресупозиції, імплікації, імплікатури і початкові передбачення запитання.

**Пресупозиції та імплікації (наслідки).** Відмінність імплікацій від пресупозицій у тому, що імплікації підлягають закону контрапозиції:  $P$  є наслідком  $S$ , якщо з  $P$  витікає, що  $S$ :

1. *Іван одружений з Марією.* Наслідок: *Іван одружений.*

2. *Мері з'їла пиріг.* Наслідок: *Пиріг з'їли.*

3. *Він пішов з вечірки рано.* Наслідок: *Він пішов з вечірки.*

4. *Він перестав працювати.* Наслідок: *Він не працює.*

Різницю між пресупозиціями (презуппціями) та імплікаціями добре видно на прикладі аспектуально-модальних дієслів (*починати, закінчувати*). Семантичною особливістю цих дієслів є те, що їхні пресупозиції описують ситуацію, яка була в минулому (стосовно обставини часу), у той час як імплікації стосуються майбутньої події:

1. *О другій годині Джон почав працювати.* Пресупозиція: 'Якийсь час до другої години Джон не працював'; імплікація: 'Якийсь час після другої години Джон працював'.

У заперечному висловлюванні пресупозиція залишається, а імплікація змінюється на протилежну:

2. *О другій годині Джон не почав працювати.* Пресупозиція: 'Якийсь час до другої години Джон не працював'; імплікація: 'Якийсь час після другої години Джон не працював'.

**Пресупозиції та імплікатури дискурсу.** Пресупозиції на противагу імплікатам дискурсу є обов'язко-

вим елементом висловлювання і не можуть бути «елімінованими», «не експлікованими»; вони є обов'язковими, як другий бік асерції. У зміст звичайного умовного речення типу Якщо  $p$ , то  $q$  входить імплікатура «Можливо, що  $p$ ».

а) Якщо покличеш — прийду;

б) Імплікатура: А якщо ні, то ні.

Якщо у висловлюванні наявна подібна імплікація, то вона не повинна суперечити пресупозиції. Розглянемо діалог, де не дотримуються імплікатур: Якщо покличеш — прийду. — А якщо ні? — Також прийду. Тут втрачається постулат інформативності ('для чого ж тоді умова?').

Тим же постулатом інформативності породжується імплікатура (б) у складі висловлювання (а):

а) *ліве око у нього бачить прекрасно;*

б) *з правим оком у нього проблема.*

У цих прикладах імпліцитні дані не є компонентами власне смислу повідомлень — це те, що можна ніби винести за дужки. Ці компоненти смислу впливають не із знання мови, як у випадку з пресупозиціями, а із знання контексту і подібних ситуацій, із загальної орієнтації у спілкуванні.

**Пресупозиція і початкове передбачення запитання.** Особливим різновидом імпліцитної інформації є початкове передбачення запитання. Так, запитання (1) *Хто хоче виступити?* має початкове передбачення 'хтось хоче виступити'; запитання (2) *В яких країнах проводяться дослідження забруднення води?* має початкове передбачення 'в деяких країнах проводяться дослідження забруднення води'.

На противагу пресупозиції початкове запитання може порушуватися без порушення комунікації. Так, можливою відповіддю на запитання (1) може бути: *Ніхто не хоче*, а на (2) *У жодній країні не проводиться*. Репліка, яка порушує пресупозицію свідчить про комунікативну невдачу мовленнєвого акту. Такими репліками для запитання (2) можуть бути: *Забрудненої води не існує* або: *Яке забруднення води?*

Отже, у межах дискурсів як процесів міжособистісного спілкування спостерігається складна взаємодія МЖ і МА, основою якої є інтенції, мовні та комунікативні компетенції учасників комунікації, тобто їх уміння оперувати засобами мовного коду, розуміти мовленнєві та немовленнєві повідомлення, «висновувати» з них прямі й непрямі смисли, спираючись на аналіз конкретної ситуації.



### 3.2. Складові комунікації, пов'язані з риторикою мовлення і ситуацією спілкування

Дослідження різних аспектів комунікації виявило багато нових проблем, засвідчило необхідність виходу за межі мовного коду, хоч би як широко його тлумачили: як мовлення, компетенцію, вживання тощо. Стало очевидним, що спілкування за допомогою мови є різновидом (можливо, найголовнішим) людської діяльності загалом, у межах якої взаємодіють індивіди із соціальними, психологічними, когнітивними, духовними особливостями, а також мовні засоби, конститутивні та інші чинники.

Серед значної кількості понять, упроваджених у лінгвістичний обіг комунікативним підходом, виокремлюють стиль спілкування, комунікативний реєстр, тон (тональність) спілкування, атмосферу спілкування (комунікації), зрозумілість/незрозумілість мовлення, вдале/невдале спілкування та ін. У всіх цих поняттях переплетені лінгвальні й позалінгвальні елементи.

#### Стиль спілкування. Мовна особистість у комунікації

**Сутність терміна «стиль спілкування».** Термін «стиль» уживається в багатьох сферах науки і отримує в їх межах своє специфічне тлумачення. У науці про мову він є багатозначним. Його тлумачать як різновид мови, закріплений у даному суспільстві традицією за однією з найбільш загальних сфер соціального життя і який частково відрізняється від інших різновидів тієї ж мови за всіма основними параметрами — лексикою, граматикою, фонетикою; як функціонально-комунікативний різновид мовного коду, який історично сформувався внаслідок вживання мови в різних контекстах і ситуаціях спілкування; як загальноприйнята манера, звичний спосіб виконання якогось конкретного типу мовленнєвих жанрів: ораторське мовлення, передова стаття в газеті, наукова лекція, побутовий діалог, дружній лист тощо; як індивідуальна манера, спосіб, яким виконаний даний мовленнєвий жанр або твір; як

мовна традиція епохи, етап розвитку мови в стильовому аспекті в певну епоху та ін.

Попри суттєві відмінності всіх розумінь терміна «стиль», їх об'єднують насамперед принципи добору і комбінації наявних мовленнєвих засобів, їхніх трансформацій. Поняття добору, в свою чергу, передбачає уявлення про норму. Поняття ж комбінації — уявлення про гармонію.

Стиль спілкування як типова форма реагування в людських контактах зумовлена індивідуальними, особистісними, соціальними та іншими чинниками. Він має важливе значення для формування та успішного розвитку людських стосунків, для створення сприятливого психологічного клімату на роботі, в сім'ї тощо, тобто є регулятором поведінки.

*Стиль спілкування* — індивідуальна стабільна форма комунікативної поведінки учасників, яка виявляється у будь-яких умовах спілкування: в ділових і особистісних стосунках, у способах прийняття і здійснення рішень, у прийомах психологічного впливу на людей і методах вирішення міжособистісних конфліктів.

Сформований індивідуальний стиль спілкування свідчить про рівень комунікативної майстерності індивіда. Водночас стиль спілкування може змінюватися, удосконалюватися.

Поняття стилю як індивідуальної манери мовлення або письма сформувалось у XVIII ст. і окреслилося в епоху літературного романтизму. Французький енциклопедист Ж. Бюффон зазначав: «Стиль — це сама людина. Стиль не може ні відчужуватися, ні передаватися».

**Мовна особистість.** Поняття «індивідуальний стиль спілкування» передбачає мовну особистість. Саме особистість, — зауважує російський мовознавець І. Суцов, — володіє мовленнєвою ситуацією; вона може піднятися над обставинами спілкування, спрямовувати в необхідному напрямку розвиток дискурсу. Включена в дискурс, вона водночас творить його. А це означає, що в дискурсі втілюються темпераменти, здатність до здійснення певних видів діяльності, зокрема комунікативної, домінуючі почуття і мотиви діяльності, індивідуальні психологічні особливості тощо.

Дослідження проблеми мовної особистості, спроба типології є актуальною, адже тривалий час учасників спілкування розглядали як ідеальні сутності, відтак як узагальнених носіїв соціальних, інколи психологічних

ознак. Насправді людина в комунікацію входить як особистість з усіма властивими їй рисами.

*Мовна особистість* — індивід, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, які зумовлюють створення й сприйняття ним текстів, що вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності.

**Класифікація мовних особистостей.** Індивідуальний стиль спілкування формується і шліфується людиною впродовж усього свідомого життя. Лінгвісти та психологи наголошують, що неповторний стиль спілкування притаманний передусім непересічним носіям мови, тобто мовним особистостям.

Вичерпної типології мовних особистостей ще не створено. Найприйнятнішою з них є типологія Ю. Караулова. Він подає структуру мовних особистостей, організовану на трьох рівнях.

*Вербально-семантичний рівень.* Передбачає нормальне володіння природною мовою. Це «власне» мовна компетенція.

*Когнітивний рівень.* Охоплює інтелектуальну сферу особистості, даючи досліднику вихід через мову, через процеси говоріння і розуміння — до знання, свідомості, процесів пізнання людини. Його «одиницями є поняття, що виформовуються у кожній мовній індивідуальності в більш чи менш упорядковану, більш чи менш систематизовану «картину світу»».

*Прагматичний рівень.* Охоплює мету, мотиви, інтенси, установки та інтенціональності. Цей рівень забезпечує в аналізі мовної особистості закономірний перехід від оцінювання її мовленнєвої діяльності до осмислення мовленнєвої діяльності.

Радянська лінгвістка Т. Дрідзе створила типологію мовних особистостей, виходячи із соціопсихологічної сутності людини і її втілення в тексті. За основу вона взяла систему зразків мовленнєвих виразів, їхні звукові особливості (мелодичні, динамічні, темпоральні, артикуляційні). Враховуючи типологію вищої нервової діяльності, опрацьовану видатним російським психологом І. Павловим, сучасний дослідник Я. Луп'ян проаналізував взаємозв'язок між типами акцентуації особистості та сукупністю характеристик поведінки (зокрема, мовленнєвої) людей (легкість встановлення контактів, особливості сімейного і службового спілкування, конфліктні ситуації). Російський мовознавець С. Сухих пропонує типологію комунікантів розуміти як структу-

ру мовних особистостей: риси характеру, здібності, організовані певним чином під впливом темпераменту й установки, рівень володіння мовним кодом.

З огляду на особистісні риси індивідів С. Сухих виокремлює гармонійний, конфліктний та імпульсивний типи особистостей.

*Гармонійний тип.* Характеризується пластично-динамічною установкою, плановою поведінкою, втіленою в домінування чітких стратегій, когерентністю (зв'язністю, логічністю розвитку) теми, що розвивається; домінуванням маркерів упевненості; позитивним ставленням до загальної теми спілкування; дотриманням соціальних схем і норм; відсутністю вираженої боротьби за роль комунікативного лідера; здатністю змінювати установку під впливом аргументації; підтриманням усіх принципів кооперації.

*Конфліктний тип.* Йому властива грубо-статична установка, імпульсивність, бажання лідерства у спілкуванні, егоцентричність мовлення, порушення когерентності теми розмови; відхід від соціальних норм і схем; домінування модальних маркерів зі значенням непевності, наявність іронії, сарказму, конфліктне зіткнення інтенцій.

*Імпульсивний тип.* Це «раб ситуації» спілкування. Характеризується бажанням мовного лідерства, порушенням соціальних норм і схем, швидкою зміною точок зору на одне і те ж саме явище; схильністю до негативної оцінки соціальних чинників, швидкої зміни тем спілкування. Партнери комунікації можуть легко впливати на нього.

З урахуванням стилів спілкування психологи виокремлюють такі типи особистостей:

— гнучкий: вирізняється швидкою орієнтацією в ситуації, розумінням підтексту повідомлення, умінням керувати своїми емоційними станами і обставинами спілкування;

— ригідний: характеризується недостатнім умінням аналізувати власну поведінку і поведінку партнера, слабким самоконтролем, неадекватною самооцінкою. Людині з таким стилем спілкування важко знайти необхідний тон;

— перехідний (проміжний): поєднує риси гнучкого і ригідного типів.

Російський психолог Володимир Латинов у результаті опитування із застосуванням різноманітних мето-



дів і методик в умовах неформальної міжособистісної комунікації виокремив кілька типів індивідуальних стилів спілкування:

- відчужений (поступливий, недружелюбний). Тримається на дистанції, відгороджується від інших, соромиться їх, пасивно й песимістично налаштована;

- слухняний (поступливий, дружелюбний) характеризується скромністю, люб'язністю. Спілкується на рівних, підтримує інших у розмові, згоджується з ними;

- збалансований. Virізняється доброзичливістю, впевненістю в собі, незалежністю, честолюбством, наполегливістю і завзятістю;

- опікувальний (домінуючий, дружелюбний). Прагне до співробітництва, незалежний, уважний до інших, вразливий; спілкування з ним завжди набирає особистісного сенсу;

- вольовий (домінуючий, недружелюбний). Прагне до домінування і суперництва, використовує компрометуючу інформацію проти співбесідника; самовпевнений, дратівливий. Міжособистісні контакти широкі й поверхові.

Це ж дослідження засвідчило, що стиль мовленнєвої поведінки є стабільним, хоча може змінюватися залежно від ситуації.

Сучасний американський лінгвіст Р. Нортон виділяє інші стилі спілкування:

- домінантний (постійне переважання співбесідника);

- драматичний (з використанням драматичних ефектів);

- агресивний (вияв недружного ставлення, бажання підкорити співбесідника);

- заспокійливий (з використанням засобів заспокоєння);

- вражаючий (з використанням незвичних способів впливу на співбесідника);

- точний (оперування фактами);

- надихаючий (стимулюючий вплив на співбесідника);

- уважний (орієнтація на співбесідника);

- дружній (позитивне ставлення до співбесідника);

- відкритий (щире демонстрування намірів).

Стиль спілкування є важливою складовою формування тональності й атмосфери, у яких відбувається комунікація.

У дослідженнях останніх років усе частіше говорять про партнерський і непартнерський стилі спілкування.

*Партнерський стиль спілкування.* Передбачає співробітництво у випрацюванні спільної позиції з питання, яке обговорюється. Партнера вислуховують, не перебиваючи, виважено оцінюють його судження і вчинки, не нав'язують йому рішень, намагаються донести до нього свою точку зору. Партнерський стиль може бути рівноправним і поступливим.

*Непартнерський стиль спілкування.* Полягає в ігноруванні одним із учасників комунікації точки зору співбесідника, негативному ставленні до теми бесіди, акцентуванні лише на власних проблемах; така особа створює напруженість, часто принижує партнера, нав'язує йому свої теми і проблеми, неуважно слухає, поспішає давати поради тощо.

Стиль спілкування яскраво виявляється у професійній, діловій сферах. У цьому контексті виокремлюють авторитарний та демократичний стилі спілкування:

— авторитарний (чітка мова; короткі розпорядження, вказівки; відсутність емоцій та ін.);

— демократичний (товариський тон розмови, інструкції у формі пропозицій, заохочення та покарання із порадами тощо).

Психологи наголошують на важливості оптимального стилю спілкування, який передбачає відсутність егоцентричних установок, наявність інтересу до співбесідника, доброзичливе ставлення до нього, яке не заперечує вимогливості.

Отже, процес спілкування, його атмосфера, тональність, кінцевий результат, успіх або невдача значною мірою залежать від комунікативної майстерності учасників. Важлива складова комунікативної майстерності — індивідуальний стиль спілкування, випрацювання якого є завданням кожної освіченої людини.

### Усне і писемне спілкування.

#### Функціональний стиль мовлення

Природа та організація стилів мови і мовлення великою мірою залежить від того, в якій формі відбувається спілкування: усній чи писемній. Ці форми значною мірою визначають хід мисленнєвого процесу, плин комунікації, добір елементів мовного коду.

Відмінності усного і писемного спілкування. Найважливіші особливості цих двох форм спілкування подано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

## Відмінності усного і писемного спілкування

Усне	Писемне
Первинне	Вторинне
Монологічне, діалогічне, полілогічне	Монологічне
Відбувається з урахуванням конкретних адресатів у конкретній ситуації	Найчастіше — з невизначеним адресатом, без урахування ситуації
Спонтанне (часто)	Попередньо обдумане
Живе, без старанного добору фактів і мовного оформлення	Старанний добір фактів та їх мовне оформлення
Паралінгвальні засоби, інтонація	Відсутність цих засобів
Імпровізоване	Повний і ґрунтовний виклад думок (як правило)
Чітко індивідуалізоване	Поглиблена робота над словом і текстом
Емоційне й експресивне	Редагування думок і форми їх вираження
Повтори, еліпси, перебивання, повернення до вже сказаного тощо	Самоаналіз написаного, можливість багаторазового переписування і редагування, шліфування думок
Короткотривале в часі	Можливість повернення і перечитування
Дискурсивні особливості	Текстові характеристики

Прагматичні особливості усного мовлення, які відрізняють його від писемного, — безпосередня наявність адресата, включеність елементів контексту і ситуації в спілкування, тенденція до експресивності, емоційності (наявність афективності) — спричиняють мовні особливості: емоційну інтонацію, міміку, жести, темп і ритм мовлення. Використовуються прийоми уповільненої, роздільної вимови; в інтонації провідну роль найчастіше відіграють тривалість звуків, розтягування (*ма-а-а-ленький шматочок//, жа-а-а-хлива пого-да//*). Роль інтонації визначальна: вона може надавати повідомленню протилежного значення: (*він такий ро-зу-у-мний!*).

Частим прийомом посилення є повторення одних і тих самих або синонімічних одиниць: *Небо було синє-синє; Це нічого не вирішує//Розумієш/ні-чо-го!*

Серед продуктивних моделей, що реалізують експресивні наміри мовця, поширеними є вигук-дієслова: *Він трах-бах і все поламав; Я кажу/«розріж»//Вона/чик/і готово*. Значну експресивність мають характерні для усного мовлення предикативи оцінки: *Ну, ти взагалі!; Чоботи/нікуди//тиснуть і розлітаються*. Вагома роль часток в усному мовленні — 12,6 %; у науковому стилі кодифікованої літературної мови — 1,6 %.

Просодичні, невербальні та синтаксичні засоби в усному мовленні перебирають на себе роль інструментування висловлювання: модальність виражена не словом, а висловлюванням.

В усному мовленні контекст і ситуація впливають на значення цілого повідомлення і семантику кожної окремої одиниці. Безпосередня дійсність спілкування «вплавлена» в мовну тканину, кожне слово «пахне» контекстами, в котрих воно жило, всі слова і форми «населені» інтенціями.

Найважливіші форми і жанри усного спілкування — діалог, монолог, полілог, бесіда, дискусія, диспут, суперечка, розповідь, переказування, звіт, доповідь; писемного — переказ, опис, роздум, ділові папери, газетні жанри, план, тези, конспект, реферат, художні твори.

**Функціональний стиль мовлення.** Форми спілкування разом з екстралінгвістичними чинниками (мета, завдання, стратегія, тактика спілкування тощо), які його супроводжують, є основою функціональних стилів.

*Функціональний стиль мовлення* — різновид літературної мови, який ґрунтується на різних типах мислення (побутовому, науковому, публіцистичному, естетичному тощо) і характеризується сукупністю мовних засобів, що відповідають цим типам мислення, а також принципами і прийомами добору елементів мовного коду учасниками спілкування залежно від змісту, контексту та ситуації, в яких вони перебувають.

Функціональні стилі — відкриті різновиди мовного коду; між ними існує взаємодія, взаємовплив. Сукупність функціональних стилів становить стилістичну систему мови.

У сучасних мовах найчастіше виділяють такі стилі: — розмовно-побутовий. Використовується в щоденному спілкуванні та віддзеркалює побутовий тип мислення (так званий «здоровий глузд»). У ньому переважа-



жають форми усного діалогічного мовлення, використовуються різноманітні невербальні й паралінгвістичні засоби. Характеризується вживанням розмовно-побутової, іноді некодифікованої лексики. У його межах активно функціонують емоційно-експресивні засоби мови (частки, вигуки, форми суб'єктивної оцінки тощо). Одиниці та категорії розмовно-побутового функціонального стилю можуть використовуватись у художньо-белетристичному функціональному стилі як засоби стилізації;

— науковий. Ним створюються наукові праці, мета яких нагромаджувати знання, досвід у галузі науки, техніки, встановлювати закономірності розвитку явищ, процесів. Віддзеркалює творчий, пошуковий тип мислення. Характеризується вживанням термінів та розкриттям їхнього змісту, специфічною побудовою тексту, в якому переважають логічні, причиново-наслідкові відношення між конструкціями. Науковий функціональний стиль має підстилі: науково-технічний, науково-популярний, науково-навчальний тощо;

— офіційно-діловий. Це стиль ділових документів: міжнародних договорів, юридичних законів, урядових постанов, указів, статутів, службового листування, діловодства тощо. У ньому втілюється інформативно-пізнавальний тип мислення. Йому притаманні конкретність, лаконічність формулювань, чіткий виклад рекомендацій, прохань; у цьому стилі використовуються усталені звороти, офіційні формули звертання, віддієслівні іменники у складі іменних конструкцій, інфінітивні конструкції, речення з дієприслівниковими та дієприкметниковими зворотами, форми на -но, -то та ін.;

— публіцистичний. Виконує функцію формування масової свідомості, впливу на неї через добір інформації. У ньому втілюється емоційний тип мислення. Йому властиві мовні форми експресивності та емоційності, залучення елементів інших функціональних стилів для досягнення публіцистичного ефекту;

— художньо-белетристичний. У ньому втілюється естетичний тип мислення та естетична функція мови. Комунікативна, інформативно-пізнавальна, експресивна, емотивна функції мови підпорядковані естетичній функції. У ньому використовуються мовні засоби всіх інших функціональних стилів; значну роль виконують індивідуально-авторські засоби мовної виразності, переносно-образне вживання слів, експресивні одиниці

всіх мовних рівнів, що забезпечують емоційно-образний вплив на читача;

— конфесійний. Покликаний забезпечити спілкування людей у релігійній сфері, потреби віри. Має свої канони, стильові домінанти, вибирає із синонімічних рядів етнічної мови одиниці піднесеного урочистого звучання.

Виокремлення функціональних стилів мовлення (спілкування) пов'язане із взаємодією лінгвального і позалінгвального чинників, оскільки стилі формуються внаслідок вживання мовного коду мовцем у конкретних мовленнєвих актах під впливом певних екстралінгвальних чинників, тематики спілкування, а також контексту і ситуації, у межах якої це спілкування відбувається. Контекст і ситуацію спілкування називають *сферами спілкування* і пов'язують із специфікою комунікації в різних сферах діяльності.

Функціональні стилі взаємодіють між собою. Найбільше це стосується художнього, публіцистичного і розмовного стилів. Замкнутішими, стійкішими є офіційно-діловий, науковий, конфесійний стилі. Публіцистичний стиль використовує одиниці офіційно-ділового, наукового стилів.

Отже, функціональні стилі — це різновиди мовного коду і одночасно комунікації. Вони акумулюють найважливіші складові процесів комунікації: тематику спілкування, пов'язану з узагальненими типами мислення людей, різноманітні лінгвальні й позалінгвальні чинники тощо.

### Комунікативно-риторичні якості мовлення

Комунікативно-риторичні якості мовлення були в центрі уваги ще античних риторів. Вони називали їх «ідеями» і пов'язували з особою мовця (промовця, оратора), який, на думку Діонісія, повинен бути схожим на Протея, що міняв свою подобу залежно від умов. Створюється ж ця подоба шляхом комбінацій «ідей», тобто найменших елементів стилю. Античні автори називали різну кількість «ідей». Так, Діоген Лаєртії (Вавилонський) говорив про п'ять позитивних якостей мовлення оратора: чистоту, чіткість, лаконічність, дооречність, красу. Діонісій Галикарнаський виокремлював їх понад десять.

У сучасних риториках та дослідженнях з культури мови виділяють такі комунікативно-риторичні якості мовлення (ознаки культури мови): змістовність, доречність, точність, логічність і послідовність, правильність і чистоту, багатство (різноманітність), виразність і образність. Аналіз цих якостей мовлення свідчить про те, що вони пов'язані з усіма складовими комунікативного акту: учасниками (адресантом й адресатом), їх взаємодією (принципами та правилами спілкування), мовним кодом, конситуацією, що сприяє формуванню ефективного спілкування.

**Змістовість мовлення.** Пов'язана з когнітивною діяльністю мовця (адресанта) і передбачає обмірковування найважливіших положень дискурсу в цілому і його окремих мовленнєвих жанрів і повідомлень. Беручи до уваги найважливіші принципи спілкування, мовець повинен кожне положення розкрити з тією мірою повноти, яка необхідна конкретному адресату (конкретній аудиторії). При цьому змістова частина дискурсу має бути чітко підпорядкована основній стратегічній темі (основній думці).

Змістовий компонент мовлення слід оцінювати за перлокутивним ефектом (результатом впливу): якою мірою збагачує адресата мовлення адресанта? Збагачує духовно, новими ідеями чи новими знаннями, чи підбадьорює слухача, закликає до дій?

Змістовість дискурсу (і мовлення загалом) можлива в тому разі, коли адресант говорить (або пише) лише про те, що добре йому відоме, спираючись на максимум Г.-П. Грайса «не говори зайвого».

**Доречність мовлення.** Полягає в орієнтації на особу адресата (аудиторію) та конситуацію спілкування, тобто на реєстрові складові дискурсу, і може бути сформульована так: адресат повинен будувати дискурс з найповнішим урахуванням того, кому адресований цей дискурс, як він буде сприйнятий і оцінений, чи він є доречним у конкретних обставинах спілкування. «Говори не йому, а з ним» — давнє правило риторики, яке засвідчує важливість урахування особи адресата та обставин спілкування. Тобто доречним мовлення адресанта є за умови, коли реєстрові характеристики дискурсу відповідають конситуації спілкування.

**Точність мовлення.** Пов'язана з добором і побудовою повідомлень та їхніх елементів відповідно до за-

гального змісту дискурсу під контролем стратегій адресанта. Це одна з найважливіших складових тактики спілкування, яка спирається на принципи (максими) точності й зрозумілості сказаного. Точність мовлення тісно пов'язана з його доречністю, а також логічністю і послідовністю.

**Логічність і послідовність мовлення.** Передбачають логічне мислення, вміння уникати логічних помилок, послідовність викладу думок як сукупності повідомлень, які формують мікро- і макротемати (Т. ван Дейк) дискурсу в темо-рематичних, а також текстових (когезійності: повтори, сполучники, порядок слів; когерентності: міжфразові зв'язки, наявність законів поєднання мовленнєвих актів тощо) зв'язках між мовленнєвими жанрами. Однак надмірна логічність, аргументація можуть виявитися недоречними в умовах невимушеної дружньої бесіди — у цьому випадку «надлогічність» мовлення стає порушенням доречності.

**Правильність і чистота мовлення.** Пов'язані з мовною компетенцією адресанта і забезпечуються дотриманням норм літературної мови (писемної чи усної).

**Мовна норма** — сукупність усталених традиційних реалізацій мовної системи, відібраних і закріплених у процесах спілкування в текстах — художніх, наукових, публіцистичних та ін.; сукупність правил і традицій у різних сферах уживання мови.

Норма постійно змінюється, оскільки змінюється мова, однак є достатньо консервативною, і в цьому полягає її «охоронна» роль. Порушення норм літературної мови оцінюють як помилки. Правильність і чистота мовлення, будучи найважливішими поняттями культури мови, не є такими з точки зору спілкування: вдале спілкування можливе й у разі порушень правильності й чистоти мовлення.

**Багатство (різноманітність) мовлення.** Залежить від мовної компетенції адресанта і вміння застосовувати різноманітні мовні засоби, уникати невиразного повторення елементів мовного коду, однотипних конструкцій, повідомлень тощо.

**Виразність і образність мовлення.** Виявляються у добірї елементів мовного коду й умінні найточніше передавати думку, почуття, переживання, оцінку тощо. Виразне мовлення завжди емоційне, образне, насичене різноманітними поетичними засобами, багате додатковими відтінками значень.



Виразність мовлення — це перехід від комунікативного уміння до комунікативної майстерності. Виразне усне мовлення супроводжується мімікою, жестами, рухами тіла, акторською грою. Вищий рівень виразності — це вже стилістичний пошук, художній експеримент майстра слова. На цьому рівні культури мовлення «гросмейстер спілкування» може навіть порушувати літературні норми, створювати нові нормативні правила.

Отже, з точки зору мовної комунікації найважливішими комунікативними якостями мовлення є змістовність, доречність, логічність і послідовність мовлення; з точки зору культури мовлення — правильність, чистота, різноманітність, виразність та образність.

### Етикет мовленнєвого спілкування

Етикет (франц. *étiquette* — прикріплений, встановлений) — зовнішня, видима складова етики, яка формувалася протягом століть і тисячоліть у людському суспільстві, невід'ємна частина духовного світу людини. Термін «етика» (лат. *ethica* — звичай) у науковий обіг запровадив Арістотель (приблизно 384—322 до н. е.). Цей термін має два значення:

— розділ філософії, об'єктом якого є мораль (проблеми сенсу життя, призначення людини тощо);

— норми, правила, які підтримуються суспільною думкою і визначають, як повинна діяти людина в умовах вибору між добром і злом, егоїзмом і альтруїзмом, у ситуаціях самовираження особистості, в мотивації вчинків, у розумінні принципів і норм поведінки, зокрема мовленнєвої поведінки.

Мовленнєва етика передбачає дотримання умов успішного спілкування: доброзичливого ставлення до адресата, демонстрації зацікавленості в розмові, емпатії (тобто налаштованості на внутрішній світ співбесідника), щирості у формулюванні своїх думок, увазі тощо, сигналами чого є репліки різних типів, а також міміка, усмішка, погляд, жести, постанова тіла та ін.

*Мовленнєва етика — правила мовленнєвої поведінки, що ґрунтуються на нормах моралі, національно-культурних традиціях, психології учасників спілкування.*

Порушення норм мовленнєвої етики суттєво ускладнює процес кооперативного спілкування.

Етичні мовленнєві норми втілюються в спеціальних етикетних мовленнєвих формулах і виражаються сукупністю різнорівневих засобів — від окремих слів до висловлювань і навіть текстів. Йдеться про мовленнєвий етикет.

*Мовленнєвий етикет* — система усталених форм спілкування, прийнятих відповідно до соціальних ролей комунікантів і моральних норм поведінки людей у суспільстві.

Мовленнєвий етикет охоплює також паралінгвальні засоби — жести, міміку і особливо інтонацію.

Мовленнєві етикетні форми, як правило, не вносять у комунікативний акт нової логічної інформації; вони є засобами вираження контактновстановлювальної (фатичної) інформації. Вона може засвідчувати соціальний стан мовця (*Добрий день, шановні колеги; Привіт, друже*), ставлення до адресата (*Вибайте, будь ласка*), традиції певного етносу (*Батько і мати просили, і я вас прошу прийти на наше весілля*) тощо.

Етикет у поведінці людей і в мовленні історично змінний. Наприклад, деякі форми ввічливості, які були звичними не лише двісті, а й двадцять років тому, тепер вийшли з ужитку (наприклад, офіційне звертання *товариші*). За етикетними формулами часто можна визначити вік мовця, його професію. Особливі етикетні форми прийняті в середовищі військовиків, у школі між учителями й учнями. Мовленнєвий етикет, звичний у молодіжному середовищі, не використовується старшими людьми.

Головний етичний принцип мовленнєвого спілкування — дотримання паритетності (рівності) — знаходить своє втілення протягом усієї комунікації, починаючи з привітання і закінчуючи прощанням.

**Привітання. Звертання.** Привітання і звертання задають тон розмові загалом. Залежно від соціальної ролі співбесідників, їх близькості вибирається ти-спілкування або ви-спілкування і відповідно вітання *здрас-туй* чи *здрас-туйте, добрий день (вечір, ранок), привіт, здоров, салют, честь, будь* тощо. Важливу роль відіграє при цьому також ситуація спілкування.

Звертання виконує функцію встановлення контакту, часто стає засобом інтимізації. Неодноразове вжи-

вання звертання свідчить про добре ставлення до співбесідника, увагу до його слів. У фатичному спілкуванні (спілкуванні, скерованому не стільки на обмін інформацією, скільки на підтримання добрих стосунків), мовленні близьких людей, у розмовах з дітьми звертання часто супроводжуються або замінюються перифразами, епітетами із пестливими суфіксами (*Андрійку, любий, кицю, голубонько, ластівко* тощо).

**Етикетні формули.** У кожній мові закріплені способи вираження найбільш частотних і соціально значущих комунікативних намірів. Наприклад, у випадку вибачення прийнято вживати пряму, буквальну форму: *вибач (вибачте)*. У разі прохання, як правило, свої «інтереси» формулюють непрямо, залишаючи за адресатом право вибору: *Чи не зміг би ти позичити мені гроші? Чи не могли б ви сказати, де знаходиться університет?*

Існують етикетні формули поздоровлень: відразу після звертання зазначається причина, потім засвідчується щирість почуттів; у писемній формі обов'язково ставиться підпис. Значною мірою етикетизовані тости, запрошення, привітання, прощання тощо.

Етикетні формули, фрази — важлива складова комунікативної компетенції; знання їх — показник високого рівня володіння мовою.

**Евфемізація мовлення.** Підтримання культурної атмосфери спілкування, бажання не засмутити, не образити співрозмовника, не викликати у нього дискомфортного стану тощо зобов'язує мовця добирати евфемізми, а також надавати перевагу евфемістичному способу висловлювання.

**Евфемізми** (грец. *euphemismos*, від *eu* — добре і *phemi* — говорю) — емоційно нейтральні слова або вирази, які вживають замість синонімічних їм слів або виразів, що видаються мовцеві непристойними, грубими або нетактовними.

Історично в системі розвинутих мов сформувалися способи перифрастичної номінації (тобто із вживанням інших слів) всього, що порушує культурні стереотипи спілкування. Це перифрази, які стосуються смерті, сфери статевих стосунків, фізіологічних потреб тощо, наприклад: *він покинув нас, пішов із життя*; телепрограма «Відверто про це» (тобто про інтимні стосунки).

«Пом'якшеними» прийомами ведення розмови є також непряме інформування, натяки. У традиціях українського мовного етикету забороняється про присутніх говорити в третій особі (він, вона, вони).

**Перебивання.** Ввічлива поведінка в мовленнєвому спілкуванні передбачає вислуховування реплік співбесідника до кінця, не перебиваючи його. Перебивання співбесідника — сигнал некооперативної стратегії спілкування, втрати зацікавленості темою розмови.

Водночас у разі емоційних діалогів і полілогів, розповідей та історій-згадок перебивання партнерів — звичне явище, яке засвідчує солідарність з мовцем, згоду з ним тощо. Це не оцінюється як комунікативна некоректність. Тобто перебивання співбесідника є коректним або некоректним залежно від ситуації.

**Ви-спілкування і ти-спілкування.** Це важливі ознаки комунікативної компетенції людини, володіння нею мовленнєвим етикетом. Вони притаманні щоденній неофіційній комунікації. Неглибоке знайомство в одних випадках і неблизькі довготривалі стосунки — в інших вимагають уживання ввічливого «ви». Крім того, ви-звертання свідчать про повагу учасників спілкування. У середовищі неосвічених і малокультурних людей ти-спілкування є більш прийнятною формою соціальної взаємодії.

Іноді вважають, що ти-спілкування — це вияв душевної і духовної близькості й перехід на ти-спілкування є спробою інтимізації стосунків. Однак у випадках ти-спілкування з чужими людьми часто втрачається відчуття унікальності особистості й неповторності міжособистісних зв'язків.

Паритетні стосунки в спілкуванні передбачають можливість вибору ти-спілкування або ви-спілкування залежно від нюансів соціальних ролей і психологічної дистанції між партнерами.

**Прощання.** Важливою складовою мовленнєвого етикету є вміння вчасного, коректного і комунікативно вдалого завершення спілкування. У розвинутих мовах є віками відпрацьовані етикетні засоби завершення кооперативного спілкування, тобто відповідні формули мовленнєвого етикету. Використання цих виразів регламентується соціальними ролями учасників спілкування, мірою їх близькості. Діапазон прийнятих у певній культурно-мовній спільноті усталених етикетних форм прощання широкий і варіюється ситуацією спілкування: від нейтрального ввічливого *до побачення* до інтимного *цілую*, від офіційного *прощайте* до дружнього *па*, від холоднуватого *будьте здорові* до жартівливого *моє тобі з хвостиком*.



Часто прощання стає ритуалом із своїми усталеними формами вияву. Складовими процедури прощання, як правило, стають побажання здоров'я, успіхів у роботі, щастя в сім'ї, прохання передати вітання близьким і рідним адресата, висловлювання надії щодо подальших зустрічей тощо.

В аспекті міжособистісних зв'язків прощання стає не лише завершальною фазою спілкування, а й відкриває (чи завершує) подальші стосунки між конкретними людьми.

Отже, культурні й соціальні норми життя, тонкощі стосунків між людьми вимагають від адресанта і адресата створення сприятливої атмосфери, яка забезпечує успішне вирішення всіх питань, що обговорюються. Важливою складовою кооперативного спілкування є обов'язкове дотримання учасниками комунікації вимог мовного етикету.

### Регістр як категорія комунікації

Під впливом контексту й ситуації спілкування засоби мовного коду можуть варіюватися, що дає підстави стверджувати про можливість виокремлення не лише функціональних стилів мови, стилів індивідуального мовлення тощо, а й інших категорій, зокрема регістрів спілкування. Розглянемо два фрагменти різних текстів.

#### *Текст 1*

Під системою термінології розуміємо сукупність елементів, пов'язаних різного роду відношеннями. Власне відношення і становлять структуру терміносистеми. Система не може існувати як без елементів, так і без відношень між ними.

Система правничої термінології починає формуватися у XVI—XVII ст. ...Вона містить ядро — суто юридичну лексику і периферію — терміни інших терміносистем. Специфіка ядра полягає в тому, що його терміни використовуються в усіх сферах життя сучасного суспільства. Це — назви державних органів (комітетів, комісій), законодавчі акти, слова на позначення дипломатичних стосунків, адміністративно-господарської діяльності...

До периферії належать терміни загальнонаукові, суспільно-політичної сфери, військової сфери, економічної, торговельної, медичної, технічної та ін. [Наводяться приклади до кожної — Ф. Б.]. У функції правничих термі-

нів виступають і загальноновживані слова. ... Подібні двопланові одиниці виникають як наслідок розв'язання суб'єктом номінації завдання — позначити нові реалії, вичленовані теоретичним рівнем мислення. Використання загальноновживаних слів для позначення спеціальних понять у правничій термінології — це об'єктивна реальність, в якій номінації отримують додаткове термінологічне фонування. Подальшим кроком є створення лінійних відношень, що ґрунтуються на родо-видових зв'язках та реалізуються у двокомпонентних структурах. Для найменування нового змісту — видового поняття — одного тільки родового терміна недостатньо, тому воно відбувається за рахунок актуалізації мовною одиницею її синтагматичних властивостей, тобто з опорою на значення лексичного конкретизатора...

### *Текст 2*

Кожен народ, хоч і є часткою людства і живе за законами загальнолюдського розуму, має право і повинен розмірковувати над власними проблемами, які висуває перед нами історія.

Такою непростю, болісною проблемою в Україні є мовна ситуація, що склалася в молодій суверенній державі.

Не будемо з ораторським надрином говорити про цю ситуацію, бо стукіт наших небайдужих сердець може потьмарити розум. На часі — спрямувати енергію у наукове, виважено зріле, історично реальне річизце розв'язання проблем функціонування державної мови.

Не розрада й розпука, не звинувачення урбанізованого українства у втраті національної совісті, а велика освітня робота, надолужування втраченого за століття у культурі, мові повинні стати матеріальною силою національного відродження...

З величезною прикрістю доводиться констатувати, що досі юридичного підтвердження у законодавчих актах не одержала вимога про володіння мовою не на побутовому рівні, а на рівні професійному...

Мені як ректорові цього вузу дуже приємно, що така представницька конференція відбувається саме тут. У всіх нас єдина мета — конструктивна співпраця філологів і правників у виробленні пропозицій, спрямованих на вдосконалення мовної освіти, що є частиною фахової освіти, узагальнення засадничих ідей щодо формування мовної особистості правника, творча співпраця всіх тих, кому не байдужа доля суверенної держави.

І на завершення: слово і меч — дві могутні зброї: одна — в устах мовця, друга — в руках лицаря. Тож виховуймо

лицарів права, які уміло послуговуватимуться зброєю Слова у житті та у професійній діяльності.

Експлікуємо відмінності між обома текстами, використавши такі аспекти: специфіку каналу комунікації, характер одиниць мовного коду, вияв особистісного начала автора, модель адресата, тип інформації, представлений у повідомленнях (мовленнєвих актах) (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

## Співвідношення реєстрів

Текст 1	Текст 2
1	2
<p><i>Канал комунікації</i> — зоровий; — писемна форма мовлення</p> <p><i>Характер одиниць мовного коду</i> — домінування висловлювань (повідомлень), притаманних науковому стилю спілкування; — помітна роль називних речень і відповідно присудків, виражених іменниками; — функціональна перевага предикатів із семантикою релятивності та буттєвості; — функціональна значущість номіналізацій, які можуть виступати в ролі підметів; — кількісне й функціональне домінування загальнонаукових і спеціальних (лінгвістичних) термінів; — відсутність слів з переносним значенням, образним та символічним уживанням</p> <p><i>Вияв особистісного начала</i> — модель автора: носій об'єктивного спеціального (лінгвістичного) знання; — особистісне начало не підкреслене; — особистісний чинник не виноситься у рематичну позицію</p>	<p><i>Канал комунікації</i> — слуховий — усна форма мовлення</p> <p><i>Характер одиниць мовного коду</i> — синтез висловлювань (повідомлень), притаманних науковому та публіцистичному стилям спілкування; — домінування дієслівних речень; — кількісна й функціональна перевага предикатів дії та діяльності; — наявність окремих номіналізацій; — домінування суспільно-політичної лексики і термінології; — значна кількість слів «високого» стилю, а також слів, ужитих образно та символічно</p> <p><i>Вияв особистісного начала</i> — модель автора: носій аксіологічного («правильного») знання у сфері соціально-політичних стосунків; — особистісне начало домінує; — особистісний чинник виноситься у рематичну позицію (<i>Мені... дуже приємно</i>)</p>

## Закінчення таблиці 3.3

1	2
— оцінні слова та вирази відсутні	— значна кількість оцінних слів і виразів; — наявність номінативних одиниць із семантикою почуттів та емоцій
<i>Модель адресата</i> — фахівець у сфері мовознавства, зокрема термінознавства	<i>Модель адресата</i> — одиодумець, якого потрібно не переконувати, а радше «надихати»
<i>Тип інформації у повідомленнях</i> — максимальна об'єктивізація викладу; — наявність дефініцій; — логічність викладу; від дефініції до її аргументації — у цілому інформація стосується світу реального («наукова реальність»), а не ідеального; — домінування модальності «буттєвості»; — апеляція до спеціальних знань адресата	<i>Тип інформації у повідомленнях</i> — значна суб'єктивізація викладу; — відсутність дефініцій; — домінування емоційного над логічним, суб'єктивного над об'єктивним; — у цілому інформація стосується світу бажаного, у певному сенсі «ідеального» («як повинно бути»); — домінування модальності «бажаності»; — апеляція до загальнолюдських цінностей

Загалом текст 1 можна кваліфікувати як типово науковий; текст 2 — як такий, що містить елементи наукового та публіцистичного стилів.

Аналіз обох фрагментів текстів свідчить про те, що, попри їхню належність до наукового функціонального стилю, їх автори використали різні канали комунікації, орієнтувались на різні моделі адресатів спілкування, керувались різними стратегіями мовленнєвої поведінки. А це означає, що побудовані мовцями дискурси (тексти) мають різні жанрово-регістрові характеристики.

Поняття «регістр» безпосередньо пов'язане з категоріями контексту та його типів і моделей.

*Регістр* (лат. *registrum* — список, перелік) — різновид дискурсу (тексту), що сформувався під впливом ситуативного контексту в спілкуванні соціалізованих особистостей; реалізація дискурсу (тексту) в конкретній конситуації спілкування, в основі якої лежать імпліковані в комунікативній компетенції мовців правила (конвенції, звички) спілкування.



Це поняття все активніше використовують у загальнолінгвістичному обігу, зокрема сфері досліджень мовного вживання, комунікації. У британській, американській та австралійській лінгвістичній традиції вже існує література з цієї проблеми. В українському мовознавстві, як і в лінгвістиках багатьох європейських країн, це поняття ще не набуло поширення. Воно асоціюється з функціональним стилем, підмовою тощо.

Однак поняття реєстру не тотожне поняттям функціонального стилю чи підмови. Функціональні стилі мови, наприклад, мають об'єктивний характер, охоплюють загальноприйняті стилістичні норми, які використовують усі мовці незалежно від їх належності до конкретної соціальної групи, освітнього рівня, статі тощо, а тому не відображають явищ, окреслених поняттям контексту. Функціональні стилі мовлення враховують важливий, але лише один чинник контексту — соціальний, охоплюючи характер мовлення певної соціальної групи, що відповідає конкретній сфері суспільної діяльності й відповідній їй формі свідомості.

Моделі контексту формуються залежно від специфіки каналу комунікації, змісту (конфігурації) соціальних ролей учасників комунікації та тематичної сфери (простору комунікації).

*Специфіка каналу комунікації.* Охоплює аспекти, пов'язані із специфікою усного, писемного і друкованого мовлення, діалогічного, монологічного чи полілогічного способу комунікації, радіомовлення, телемовлення, поєднаного з відеорядом, комунікації безпосередньої чи опосередкованої простором і часом тощо.

*Зміст (конфігурація) соціальних ролей.* Включає різні виміри контексту, пов'язані з тим, у яких соціальних відносинах перебувають учасники комунікації (начальник, підлеглий, батьки, діти, друзі та ін.).

*Тематична сфера (простір комунікації).* Передбачає різні виміри комунікації: наукову чи побутову, серйозну чи жартівливу, цікаву кільком учасникам чи загалу тощо.

На думку американського лінгвіста М.-А.-К. Холідея, специфіка вияву значень кожної мови підпорядкована трьома метафункціям: досвідній, міжособистісній і текстовій.

**Досвідна метафункція.** Служить учасникам комунікації «картою» дійсності: хто, що робить, кому, коли, де, з якою метою, як. Результатом її впливу стає формування досвідного типу значення або досвідного смислу.

**Міжособистісна метафункція.** Пов'язана з організацією соціальної діяльності, тобто організацією людей, яким висловлюють вдячність, роблять зауваження, ставлять запитання, формулюють накази тощо. Стає основою формування міжособистісного значення або міжособистісного комунікативного смислу.

**Текстова метафункція.** Стосується упорядкування названих метафункцій у текстах, які є цілісними і важливими в певних контекстах спілкування, а саме: що формулюється на самому початку спілкування, а що в кінці; у який спосіб вводиться ім'я особи, про яку йтиметься в розповіді; що залишається в сфері імпліцитного, а що виводиться «на поверхню» тощо. Впливає на формування у комунікації текстового значення або смислу упорядкованого тексту.

Співвідношення між функціональною організацією мови і окресленою структурою контексту, за М.-А.-К. Холідеєм, показано у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

### Співвідношення функціональної організації мови і структури контексту

Метафункція (організація мовного коду)	Регістр (організація контексту)
Значення міжособистісне (засіб інтеракції)	Зміст (конфігурація) соціальних ролей
Значення досвідне (засіб побудови змісту)	Різновиди соціальних дій
Значення текстове (засоби упорядкування тексту)	Специфіка каналу комунікації

Отже, від контексту, в межах якого відбувається спілкування, залежить внутрішня організація дискурсу, співвідношення елементів мовного та позамовного коду, їх семантика, синтактика, а також прагматика спілкування загалом. Приклад такої залежності наводять В. Живов і А. Тімберлейк, використовуючи фрагмент дослідження Б. Томаса:

У Південному Велсі в окремих ареалах (і окремими носіями) вживається [e:] у відповідності з [a:] решти велських діалектів. У невеликому селі Понт-рид-и-фен, що розтяглося на кілька кілометрів, на вельському продовжує говорити в основному лише старше покоління, і лише жінки за п'ятдесят вживають [e:]. Вживання цієї фонемі залежить від того, на якому кінці села живуть носії і до якої з протестантських церков вони належать. Жінки, які належать до Конгрегаційної церкви і живуть на західному кінці села, рідко вживають [e:], у той час як методисти та баптисти із східного кінця вживають цю фонему відносно регулярно. При цьому баптисти вживають [e:] як у неформальному, так і у формальному мовленні; методисти часто вживають [e:] у неформальному мовленні, але ніколи не користуються цією формою в офіційному стилі. Це пояснюється тим, що методисти підтримують ширші контакти із зовнішнім світом, у той час як баптисти більш замкнуті.

Як зазначають автори, межі між діалектами виявляються окресленими не в просторі, а всередині мовної діяльності одного мовного соціуму. При цьому фонологічна система є залежною від ситуації мовлення, яке визначається соціальним статусом учасників, або, точніше, фонологічна система існує в двох різновидах. У цілому ж можна говорити про інтерактивний характер зв'язку між соціальним контекстом і засобами мовного коду конкретного типу комунікації. Під впливом цього типу контексту формуються різновиди мовного коду комунікації, які й отримали назву реєстрів.

Засоби мовного коду в комунікації залежать від специфіки каналу, змісту соціальних ролей учасників спілкування і тематики спілкування, яка для конкретних особистостей чи певної спільноти може бути більш чи менш значущою, нейтральною чи, навпаки, дратівливою, конфліктогенною, збурливою тощо. Істотний вплив на реєстрові характеристики мовних засобів має і зовнішній контекст.

Спираючись на ці показники, дослідники встановлюють реєстрові відмінності найрізноманітніших дискурсів, створених різними особистостями, як у межах відмінних функціональних стилів, так і в межах одного функціонального стилю. Такий метод аналізу реєстрових характеристик дискурсу дає змогу диференціювати реєстрові аспекти ідіостилу.

Отже, реєстрові аспекти дискурсу — це результат впливу ситуативного контексту на перебіг комунікації, організацію її мовного коду, з одного боку, і пристосу-

вання одиниць мовного коду до наявних ситуативних умов спілкування — з іншого. Вплив культурного контексту на перебіг комунікації сприяє формуванню мовленнєвих жанрів. З огляду на те, що зв'язки між текстом (дискурсом) і контекстом мають діалоговий характер (текст одночасно віддзеркалює контекст і реалізує його вимоги), можна стверджувати, що реєстри і мовленнєві жанри формують дискурс, виступаючи формами його реалізації та існування.

### Тональність як складова мовленнєвого спілкування

Тональність — одне із стрижневих понять процесу комунікації. Правильно дібрана тональність — обов'язкова складова стилю мовлення, типу комунікації, умова дотримання найважливішого принципу неконфліктного спілкування — максими кооперації.

*Тональність спілкування — усвідомлена або неусвідомлена емоційно-аксіологічна і змістово-інформативна організація мовного матеріалу, за допомогою якої адресант формує повідомлення, мовленнєвий акт певної іллокуції, впливає на емоційно-психологічну сферу адресата, а іноді й на ситуацію спілкування.*

Порушення тональності спілкування може стати причиною різноманітних непорозумінь, образ, навіть комунікативних провалів. Недотримання відповідної тональності може суттєво знизити очікуваний мовцем перлокутивний ефект або взагалі звести його нанівець. Ще Арістотель свого часу зауважив: «Якщо промовець говорить жорстким тоном ніжні речі або ніжним тоном жорсткі, він перестав бути переконливим».

Тональність спілкування формується не лише засобами мовного коду, тематикою розмови тощо, а значною кількістю невербальних, парамовних елементів, складових інших семіотичних систем.

Важливою складовою тональності спілкування є індивідуальна манера побудови висловлювання, зокрема вимовляння звуків, інтонування фраз, темп мовлення, паузи тощо. Усе це є важливим джерелом інформації для слухачів:

*...високий металевий голос, дивна звичка розтягувати звуки і менторськи тикати пальцем угору... були нам неприємними... Тон і манера його спілкування... свідчили про самозакоханість... (Лобода Є. Учитель).*



Тональність спілкування може бути важливим показником дистанціювання адресанта від адресата, свідомим демонструванням своєї зверхності, чи, навпаки, залежності:

*Я звернувся до нього (хворого) тоном, усталеним між лікарем і пацієнтом, що підкреслює різницю між двома людьми, з котрих один володіє необмеженим авторитетом, правом єдиного й виключного присуду, цілитель, геній і маг, могутній і безумовний владар, і другий, один з тих, що позбавлені власного ім'я й всіх життєвих відрізень, підводяться під загальну категорію хворих. Перший є всемогутніший у своїй умовній величчі за Чингіс-хана, другий є ніщо, підлеглий, нібелзований і знищений (Домонтович В. Емальована миска).*

Вибір адресантом необхідної тональності залежить від різноманітних позалінгвальних чинників (характеру індивіда, його настрою, оточення, мети розмови, особи адресата тощо), а її варіативність є обов'язковою умовою успішності спілкування.

Невміння обирати потрібну тональність у спілкуванні — одна з причин комунікативних невдач:

*Зина вибила мене остаточно з колії. Як завжди, так і сьогодні мені не вистачає потрібних слів і вміння, щоб надати розмові тієї тональності, того відтінку широти, що на нього сьогодні я найбільше сподівався. Мені бракує слів (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).*

Правильна тональність спілкування — умова успішного формування власного іміджу:

*Тон у нього (Василя Гриба) був твердий і переконливий. Він не говорив, він проповідував. Він не зазначав, він проголошував. Його жарти були гієратичні, а його іронія урочиста. ... він не припускав ані сумнівів, ані питань ... для нього було все зрозуміло й приступно (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).*

Тональність може служити також джерелом досягнення потрібного комунікативного ефекту:

*Зина вважає, що байдужий тон надасть особливого ефекту її дражливого, розраховано безтактного, бравадного запитанню (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).*

Варіативність складників тональності часто є засобом передавання непрямих смислів у мовленнєвих актах:

— *Ма,* — сказала Зина, зберігаючи наївно-невинний дитячий тон, — *ти, здається, сердилася на мене, що я*

*запитала в Іполіта Миколайовича про окуляри, що він з ними робить, цілючись. Я просто хотіла подивитись, як він ніяковіє й червоніє* (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).

Незважаючи на важливість тональності у процесі спілкування, її сутність, типи, складові, співвідношення з іншими елементами акту комунікації, а також лінгвальна природа, залишаються невизначеними. Так, деякі дослідники тональності мовлення ототожнюють її з атмосферою спілкування, його загальною емоційною налаштованістю, манерою мовленнєвої поведінки учасників комунікації. Найвні випадки ототожнення тональності з регістром спілкування, хоча одна й та ж сама тональність може супроводжувати офіційне спілкування, бути елементом дружньої бесіди або стати результатом комунікації, яка почалась у зовсім іншому регістрі.

Тональність мовлення (спілкування) формується багатьма чинниками.

1. Загальна манера спілкування, ведення розмови:

— фізичні, темпові, ритмомелодійні та інші характеристики мовлення;

— сприймання слухачем манери побудови висловлювання як щирого/нещирого, природного/неприродного, виразного/невиразного, серйозного/несерйозного, з дотриманням/недотриманням етикетних норм міжособистісного спілкування та ін.

2. Внутрішній стан адресанта: спокійний/неспокійний, впевнений/невпевнений, рішучий/нерішучий тощо.

3. Орієнтація мовця на особу слухача: емоційне ставлення, соціальні відносини, вікові аспекти, статеві особливості, перлокутивний ефект (мирний, загрозливий, насмішуватий тощо).

4. Орієнтація адресанта на ситуацію спілкування: офіційну, неофіційну, дружню та ін.

5. Орієнтація адресанта на інформацію, що передається (викривальна, змовницька, незрозуміла тощо).

Хоча тональність спілкування визначається (задається) мовцем, її оцінювання здійснюється, як правило, ззовні (адресатом, слухачем, читачем), виходячи із звичних (стереотипних) уявлень про процес спілкування, тобто з орієнтацією на глибоко імпліковані у процес комунікації максими кооперативного спілкування.

У тональності мовний компонент відіграє чи не найважливішу роль, оскільки вона пов'язана з тоновими

характеристиками мовлення, мовною і мовленнєвою компетенцією комунікантів.

Динамічність усного мовлення виявляється в тоновому (висота, сила, гучність та ін.) і обертоновому (передусім тембровому) звучанні, його мелодиці (інтонації, темпі, реєстрі тощо), а також у використанні засобів мовного коду (морфологічних, словотвірних, лексико-фразеологічних, синтаксичних). Разом із психологічними, соціальними, етичними, естетичними, паралінгвістичними, логіко-тематичними, ситуативними чинниками, а також індивідуальною манерою мовлення, стилем і реєстром названі елементи тону створюють *атмосферу спілкування*.

Місце тональності серед складників комунікації визначають так: інтенції мовця — стратегії спілкування — мовленнєві акти — реєстри — індивідуальна манера (стиль) спілкування — тональність спілкування — атмосфера спілкування.

### Атмосфера спілкування

Успішність комунікації великою мірою залежить від атмосфери спілкування.

*Атмосфера спілкування* — лінгво-психо-соціокогнітивні стосунки учасників комунікативного акту.

Це комплексна категорія, яка характеризує міжособистісні стосунки учасників комунікації, більшою мірою торкається нелінгвістичних аспектів спілкування, але впливає і на його лінгвістичну складову та на успішність комунікації загалом.

Атмосферу спілкування формують:

1. Обставини та умови, в яких відбувається спілкування (місце, середовище, час, події, що передували початку комунікації, події, що відбуваються під час спілкування (найрізноманітніші: від погоди до політичних), фінансове становище учасників спілкування, їх кількість, тривалість спілкування).

2. Стани, в яких перебувають учасники спілкування (психологічний, емоційний, фізичний, душевний, психічний; типи характерів комунікантів).

3. Міжособистісні стосунки учасників спілкування (міра знайомства, належність чи ні до одного кола знайомств, психологічна сумісність чи несумісність, наявність чи відсутність спільних інтересів, емоційне став-

лення, міра зацікавленості в спілкуванні, міра відвертості, інтерес до тематики розмови).

4. Чинники, пов'язані з процесом спілкування, зокрема мовною та комунікативною компетенціями (мета спілкування, тема розмови, тональність, мова спілкування, володіння етикетними нормами, їх доречність, мовні уміння і навички, правильність мовлення, культура мовлення, вживання паралінгвістичних засобів, уміння слухати, стратегії й тактики ведення розмови).

5. Соціальні, культурні, психологічні та інші чинники процесу спілкування (соціальні статуси, вікові відмінності, рівень освіти, загальний культурний рівень, інтелект, статеві відмінності, життєвий досвід та ін.).

6. Чинники, пов'язані з інформаційними аспектами спілкування (тема, проблема спілкування, важливість інформації, правдивість чи неправдивість інформації, рівень розуміння один одного тощо).

Атмосферу спілкування вважають позалінгвальним явищем, принаймні більшою мірою психологічним, ніж лінгвістичним; власне лінгвальні елементи (мовна і комунікативна компетенції) перебувають на периферії цього явища.

Отже, організація мовного коду, перебіг процесу міжособистісного спілкування залежать від багатьох позамовних чинників, які значною мірою визначають стиль спілкування і детермінують його тональність і атмосферу. Це підтверджує думку Д. Карнегі, що в спілкуванні людей значущим є все і дрібниць не буває.

### 3.3. Комунікативні девіації (невдачі)

Успішність чи неуспішність комунікації, її результат залежить від багатьох умов. Серед них для комунікативної лінгвістики найважливішими є ті, що пов'язані з комунікативною і мовною компетенціями учасників інтеракції.

#### Сутність і природа комунікативних девіацій

Будь-яка людська діяльність (фізична, духовна, психічна, розумова, мовленнєва тощо) є складним багатостадійним процесом, який супроводжується найрізно-



манітнішими відхиленнями від його «нормального» ходу. Це стосується і процесу мовленнєвої комунікації.

Комунікативні девіації спричиняються порушенням правил (законів, постулатів, максим тощо) мовленнєвого спілкування, тобто комунікативних кодексів, природа яких не лише мовна, а психо-соціо-культурна, точніше — когнітивна. Це зумовлено тим, що інтенція учасників комунікації втілена в діалозі, полілозі, тобто в реальному спілкуванні, яке підпорядковане психології міжособистісних зв'язків, залежить від соціальних чинників.

*Комунікативні девіації — недосягнення адресантом комунікативної мети; відсутність взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування.*

Комунікативні девіації, когнітивні за своєю природою, виявляються в порушеннях передусім комунікативної семантики, прагматичних елементів інтеракції, торкаються законів мовлення, зокрема імплікацій та імплікатури дискурсу, співвідношення асерції й пресупозиції повідомлення, логіки викладу тощо. Іншими словами, якщо адресант вибрав не «той» тип іллокуції (наприклад, наказ тоді, коли слід було попросити) чи стратегії спілкування (наприклад, непрямі мовленнєві акти там, де потрібно було діяти прямо, «в лоб») тощо, то це його когнітивна помилка, девіація вибору, орієнтації в особі адресата, правил спілкування тощо. Тут йдеться не стільки про мову, скільки про комунікативну компетенцію учасників спілкування.

Водночас успішне спілкування великою мірою залежить від власне мовних чинників, тобто засобів мовного коду. Насправді важко уявити розкуте, душевне спілкування, якщо учасники комунікації погано володіють засобами мовного коду, певної ідіоетнічної мови. Мовні девіації — складові комунікативних девіацій, а володіння мовною компетенцією — умова успішності спілкування. Мовні девіації ґрунтуються на конфлікті між когнітивним і мовним, тобто гнучким, мінливим способом мислення і формалізованим, узуалізованим способом його вираження засобами ідіоетнічної мови.

Отже, девіації, пов'язані з мовною компетенцією, багато в чому визначаються специфікою лексичної й граматичної семантики, а девіації, пов'язані з комунікативною компетенцією, — семантики комунікативної та «власне» прагматичними чинниками.

Вплив комунікативних девіацій на розуміння і сприймання адресатом тексту (дискурсу), створеного мовцем, є не однаковим. Він може бути значним, оскільки стосується особи адресата, його ментального стану, культурного контексту, в якому він живе, мовленнєвих звичок, якими він послуговується і які засвоїв з дитинства тощо, а може бути неістотним, якщо йдеться про граматично неправильне висловлювання або стосується лише деяких ускладнень у плині комунікації. У такому разі для нормалізації кооперативного спілкування достатньо уточнити значення окремих слів, змінити тональність, перепитати тощо.

У комунікативних девіаціях істотною є роль прагматики. Щодо цієї проблеми існує дві точки зору. Згідно з першою прагматика виявляється на мотиваційно-спонукальній стадії породження мовлення (вербалізації). Згідно з другою — прагматика діє не на якомусь конкретному етапі породження мовлення, а є своєрідним «оператором», який діє на всіх етапах, визначаючи загальну тональність і формальну організацію всього процесу. Цей «оператор» поєднує в собі низку компонентів, найважливішими з яких є пресупозиційна ситуація, в якій перебуває мовець, мотив повідомлення як мета впливу на співбесідника, наявність у тих, хто спілкується, певного фонду спільних знань.

Отже, комунікативні девіації тісно пов'язані з прагматикою спілкування, тобто з усіма складовими комунікативного акту.

### Типологія комунікативних девіацій

У сучасній лінгвістиці загальноновизнаної й повної типології всіх можливих різновидів девіацій у комунікації не існує. Основою такої класифікації можуть бути відмінності в природі мовної та комунікативної компетенції учасників спілкування, а також причини і «механізми» їх виникнення в динамічних процесах породження складових дискурсу. Нижче подано комплексну типологію комунікативних девіацій, яка враховує ці чинники.

Власне комунікативні девіації, їх причини і механізми. До них відносять:

- *Комунікативні девіації, спричинені адресатом.* Цей тип девіацій може бути зумовлений різними причинами і мати різні наслідки.

**Порушення підготовчих умов комунікації.** Вони спричиняються:

— небажанням адресанта починати КА:

*Аудиторія терпеливо чекала. Здавалося, що вона може чекати вічність. А Сергій все мовчав. Він не хотів відповідати, він ладен був мовчати також вічність... мовчав, аби не зачіпали такими питаннями... (Бабак М. Вільхова кров);*

— неготовністю адресанта почати КА:

*... від нього чогось напружено чекали. Але ... він мовчав, бо... був неготовий давати відповіді на такі запитання. Ще не готовий... (Бабак М. Вільхова кров);*

— Ви хотіли говорити зі мною? — спитала Майя.

[Анарх:] — Ну да!

— Для чого?

— Не знаю! (Хвильовий М. Санаторійна зона);

— неврахуванням неготовності чи небажання адресата слухати адресанта:

*... він [Микола] натхненно говорив... але, як видається, в простір: аудиторія його вже давно не слухала (Стадник М. Я вже тут);*

— очікуванням від адресанта іншого КА:

*Я мовчав... я не знав що сказати на ці слова... Я від Зини цього не очікував... (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком).*

**Створення адресантом недоречних і несвоєчасних КА.** Розпочавши КА, адресант значною мірою відповідає за його розвиток, за нормальне продовження і завершення. Однією з умов успішності КА є його *релевантність* (доречність), *адекватність* (відповідність) об'єктивній дійсності й ситуації спілкування.

Часто КА, ініційовані адресантом, можуть бути неадекватними ситуації: *«про це ми поговоримо в іншому місці»* (недоречність місця комунікації); *«про це ми поговоримо в інший час»* (несвоєчасність початку комунікації); *«про це ми поговоримо без свідків»* (недоречність обговорення питань при третіх особах); *«це не телефонна розмова»* (недоречність вибору каналу комунікації) тощо.

Важливі виробничі питання, навіть ті, що вимагають термінового вирішення, не можна обговорювати з начальством на сходах чи в коридорі; компліменти одній пані не слід робити в присутності іншої; приватну інформацію не можна передавати через третіх осіб.

Іноді КА, який не має адресації (тобто випадково зривається з вуст) або адресований «Alter Ego» мовця, сприймається присутніми як чітко скерований саме до них:

— Ну й думки ж у голову лізуть!

Він не помітив, що промовив це вголос. Попутник здивовано глипнув на нього.

— Ти чого! Які ще думки?

— Так... — Олегові стало ніяково. — Це я про своє... (Кокотюха А. Шлюбні ігрища жаб).

Порушення неписаних правил — один із найсильніших мовленнєвих ефектів, наслідки яких завжди негативні й нищівні для наступних комунікативних стратегій.

**Створення адресантом незбалансованого комунікативного акту.** Незбалансованість КА — це насамперед помилковість його адресації. Вона спричинена когнітивною помилкою адресанта стосовно особи адресата. Адресат — важлива складова процесу спілкування. Саме він визначає вибір жанру, композиційних прийомів, мовних засобів. Як зазначає Н. Арутюнова, будь-який мовний акт розрахований на конкретну модель адресата. Задоволення пресупозицій адресата є однією з важливих умов його ефективності, оскільки перевищення межі недбалості позначається на його інтересах, викликаючи рикошет перепитувань.

Комунікативні девіації цього типу спричинені:

— неправильною ідентифікацією адресата:

— Здрастуй, Толю!

Я подивився на цю жінку. Їй не сподобалося моє здивування.

— Толю...

— Я не Толя.

— А хто ж ти тоді?

<...>

— Я Сергій.

Нічого безглуздішого вона не збиралася почути.

— Здрастуй, Толю Марчук! — голосно, майже зойкнула вона...

— Ви помилилися (Жолдак Б. Анатолій Марчук);

— нечіткістю виокремлення адресата або групи адресатів. Найчастіше має місце за наявності кількох осіб при спілкуванні:



... Карно... спитав із відтінком гаркавого сарказму:

— А дозвольте взнати: з якої це оперети? <...>

— Це ви до мене? — спитала сестра Катря.

— До вас, баришня, кивнув Карно (Хвильовий М. Санаторійна зона).

Такі девіації провокують з боку адресата запитання типу: «До кого ви звертаєтесь?», «Це ви до мене?» тощо;

— розбіжністю світоглядних орієнтацій адресанта і адресата:

[Громадянин СРСР, вихований на принципах «платової економіки», розповідає:]

— Заходжу колись у Лондоні до крамниці. Підскакує до мене продавець, питає: «Чи можна вам допомогти?» — «Може, й можна», — кажу. Він не розуміє. Питає вдруге: «Чи можна допомогти?» Я йому знову так само відповідаю. У нього все, я бачу, плавиться. Бо його комп'ютер на таке не розрахований. Нічого, думаю, нехай звикає. Щоб знав, як чіплятися. Я ж його ні про що не питав! (Діброва В. Бурдик);

— неврахуванням фізичного стану адресата:

... я переконливо говорив про переваги саме цього варіанту... Але ... згодом зрозумів, що Тимофій п'яний, хоча вміло приховує... свій стан. А я так викладався! (Малюк М. Галіфе з єврейського базару);

— неврахуванням ментальності адресата:

— Я хотів би, — сказав він [професор], щоб ви втрапили почуття, яке люди називають жалем. <...> Жаль є злочином, за який колись, згодом, розстрілюватимуть. <...>

Вона [співробітниця] нерішуче м'яла аркушик телеграми. Вона не зрозуміла його. Що значили ці слова про жаль, за який розстрілюватимуть? (Домонтович В. Без назви);

— неврахуванням рівня обізнаності адресата із конкретною ситуацією:

[Головний герой роману Докії Гуменної «Діти Чумацького Шляху» Тарас Саргола давно не був у Києві й не знає новин літературно-мистецького життя. Він хоче зустрітись з колишнім товаришем Борисом. Знайомі йому кажуть:]

— Наївнячок! Він тепер об'їжджає генералів.

— Яких генералів?

— Тих, яких хоче зіпхнути й сам сісти на їх місце... І присатися до кормушки.

— *Я нічого не розумію!* — з відчаєм скричав Тарас. — *Що за генерали? Яка кормушка?..;*

— неврахуванням ерудиції адресата, його «вертикального контексту»:

[Кравець:] — *Ви ж самі не вірите в те, що кажете! І потім, він не чахне над здобиччю, як цар Коцій над злотом...*

[Таверне:] — *Тут не зрозумів... Який цар?*

— *А це так, фольклор...* (Кокотюха А. Жінка з кошиком винограду).

Отже, акт спілкування залишається незбалансованим, якщо в ролі співбесідника людина, фонові знання якої значно відрізняються від фонових знань ініціатора комунікативного акту (модель «ми говоримо різними мовами»):

— неврахуванням мовцем когнітивних чинників особи адресата;

[Наталя Павлівна, дружина Андрія Карповича, має коханця Антона Михайловича (Тосю). Заплутавшись у складних стосунках з людьми й не бажаючи надалі брехати, вона вирішила покінчити життя самогубством. Інші цього не знають].

[Наталя Павлівна:] *О хлопчику мій... ми ніколи не розійдемося тепер. Чуєш? Ніколи. <...> Ніколи ні одній людини ти не повинен того говорити, що між нами було. Чуєш?*

[Тось:] *Я не розумію, Тасю: всі ж все одно будуть бачить...*

[Наталя Павлівна:] *Те, що будуть бачить, це друга річ. А вони не повинні знать того, що було. Ти даєш слово?*

[Тось:] *Скільки хочеш... Тільки я не розумію... <...>*

[Наталя Павлівна:] *<...> Гляди ж, Тосю, особливо Андрій не повинен нічого знать. Чуєш?*

[Тось:] *Тасю! Я чую... Але я все-таки не розумію. Ти ж покинеш Андрія?*

[Наталя Павлівна:] *Покину.*

[Тось:] *Він же буде знать, через що і для чого покинула. При чому ж тут моє слово? Ти щось... Я не розумію.*

*<...>*  
Створення адресантом дезорієнтованого комунікативного акту. Такого типу комунікативні девіації пов'язані з:

— побудовою адресантом непослідовного, нелогічного КА:

*Василь робить знак одчаю:*

— *Я? Це сказати? Навпаки! Я весь час намагаюсь довести протилежне: не можна нехтувати нікчемними речами! фактами, хоч, які б химерні вони не були, треба здійснювати!*

— *Вас важко зрозуміти!..*

— *Можливо!..* (Домонтович В. Дівчина з ведмедиком);

— невмінням адресанта побудувати мовленнєвий жанр певного типу (стильової скерованості, реєстру тощо). Мовленнєвий жанр (а також дискурс) створюється в певній конситуації з орієнтацією на конкретну «модель» адресата. Порушення будь-якої її складової може стати причиною або комунікативних невдач, або зайвих уточнень, перепитувань тощо:

*Як мені здавалося, я був неперевершений: чітко пояснював нові терміни, аргументував кожну позицію, наводив переконливі приклади... Вона [студентка] не розуміла. <...> До мене дійшло пізніше: потрібно не пояснювати, а розжовувати, а це вже щось інше. Я так не вмів...* (Данильченко В. Дзеньки-бреньки);

— побудовою незрозумілого адресатові мовленнєвого жанру:

[Савка:] *Сховай, козаче, свій тютюнець, бо не буде діла.*

[Тиміш:] *Як саме?*

[Савка:] *А так: дочку в хату загнав, а воза в клуню закотив.*

[Тиміш:] *Якого воза? Що це ви кажете?*

[Савка:] *А як лягаю спати, то ще й дрюка кладу коло себе.*

[Тиміш:] *Про що це ви?*

[Савка:] *Про те ж таки, що й ти знаєш.*

[Тиміш:] *Щось ви говорите таке, що ніяк не врозумію...* (Васильченко С. На перші гулі);

— невмінням адресанта побудувати мовленнєвий акт необхідної іллокуції:

[Батько:] — *Допоможіть знайти його [сина]...*

[Незнайомець:] — *<...> Скажіть, ви галасливий чоловік, чи нерви у вас залізні?*

— *Що з ним трапилось?*

— *Спокійно... Нічого смертельного... Ви знаєте, хто найклятіший ворог преферансу? Жінка, скатертина і шум.*

— *Я вас не розумію* (Бураковський О. Готеню).

Найважливіші типи комунікативних невдач, пов'язані з особою адресанта, зображено на рис 3.2.

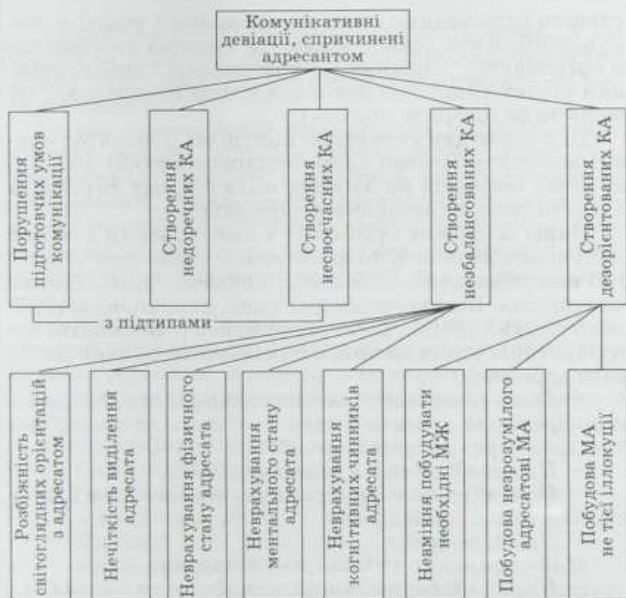


Рис. 3.2. Типи комунікативних девіацій, спричинених адресантом

• **Комунікативні девіації, спричинені адресатом.**

Цей тип девіацій зумовлений психічними, фізичними та іншими станами адресата і стосується його інтерпретації повідомлень адресанта. Як зазначав Л. Виготський, «дійсне і повне розуміння чужої думки стає можливим лише тоді, коли ми виявляємо її дійсне ефективно-вольове підґрунтя, <...> розуміння думки співбесідника без розуміння його мотиву, того, заради чого висловлюється думка, є неповне розуміння».

Вживаючи термін «адресат», ми маємо на увазі особу (кількох чи багатьох осіб), якій (яким) адресоване мовлення, до якої (яких) воно звернене. А тому адресатом не можна вважати, наприклад, того, хто підслуховує чуже мовлення, до кого воно не звернене.

**Девіації в неочікуваних адресатом комунікативних актах.** Одним із найважливіших законів коопера-



тивного спілкування є закон добровільної участі в комунікації. Існує велика кількість способів своєчасного й ефективного ухиляння від комунікації з використанням різних типів прагматичних кліше (наприклад, «Я волів би не говорити про це»).

Підставою для уникнення комунікації може бути усвідомлення адресатом своєї невідповідності до спілкування (ситуація на іспитах, коли студент змушений визнати свою неготовність відповідати).

Якщо ж адресат «увійшов» в неочікуваний для себе комунікативний акт, то він повинен визначити стратегію комунікативної поведінки: слухача, співбесідника чи критика. Невиконання цих умов, наприклад заглибленість у свої думки, може спричинити різноманітні комунікативні ускладнення, зокрема стати причиною образи адресанта:

— *Савонаролочко! — сказала вона [Майя] і в її голосі затремтіла непевна нота. — Скажи по правді: ти чув, що я зараз говорила, чи ні? <...>*

— *По правді, Майо, я нічого не чув!*

— *Не чув? — мало не скрикнула вона, і на очах її показались сльозинки злості.*

— *Ну да, не чув!..*

*Майя надменно подивилась на Анарха.*

— *Ну, я гадала, що ти не такий мугир і не така... сволоч! — сказала вона і хутко пішла з палати (Хвильовий М. Санаторійна зона).*

**Девіації в очікуваних комунікативних актах.** Очікувані КА — це ті, в яких наявні спільні для адресанта і адресата пресупозиції: від найширших до конкретних конситуативних. У цьому типі КА можливі такі девіації:

— підміна адресатом пресупозицій адресанта власними або приписування адресанту невластивих пресупозицій:

— *Значить, ви хочете з нею розлучитись, — констатував він [попутник]. — Підсвідомо цього бажаєте...*

*Я розгубився від такого повороту розмови.*

— *Звідки ви це взяли? Я ж говорив зовсім про інше! (Щученко С. Давай пограємо);*

— «висновування» неіснуючих імплікатур дискурсу (наприклад, адресат може вбачати натяк або іронію там, де їх насправді немає):

[Альбіна Романівна:] — *Ти знову іронізуєш. Не набридло ще над усіма жартувати?*

[Анжеліка:] — *Я і не збиралась іронізувати... Я ще ніколи не була такою серйозною* (Миколайчук-Низовець О. Територія "Б", або Якщо роздягатися — то вже роздягатися»);

— «висновування» із повідомлення, втіленого в конкретний мовний акт, неіснуючих іллокутивних сил. Яскравою ілюстрацією цього типу «інтерпретацій» є оповідання С. Васильченка «Мужицька арифметика», в якому описано гумористичну ситуацію «вчитування» селянами із шкільного підручника арифметики такої інформації соціального характеру, яка жахає їхнього пана;

— невдачі, пов'язані з різницею в ідіолексиконі адресата й адресанта, що зумовлено різноманітними чинниками: освітніми, віковими, статевими тощо:

а) різниця в ідіолексиконі, пов'язана з різницею в освіті:

*Дядя Варфоломій хвилюється:*

— *Софістика! Софістика!*

*А Христина, що випадково зайшла сюди, каже:*

— *А ти б чого хотів?*

— *Як чого?*

— *Якого хвістика?*

*Христина — сива бабуся й мудрих слів не розуміє* (Хвильовий М. Силуети);

б) різниця в ідіолексиконі, пов'язана з незнанням сленгових виразів людей молодшого віку:

*... доброї половини з того, що вони [молоді хулігани] йому кричали в обличчя... не зрозумів. Це була якась дика суміш «блатної музики» з рідним матом. <...> правда, часто повторювалось до болю знайоме слово «старий козел», але у якомусь дивному контексті...* (Жолдак Б. Пригода);

в) незнання адресатом усіх прийнятих у певному колективі й змінних залежно від соціальних ролей імен (дескрипцій) людей, про яких ідеться в процесі комунікації:

— *Васильку, а Карпо Карпович удома? — поспитав у чорнявого хлопчика років п'яти-шести, що стояв біля воріт.*

— *Хто такий? — не зрозумів Василько.*

— *Ну, твій дідусь.*

— *Дідусь удома* (Гуцало Є. Вугілля на паливо);

г) різниця у сприйнятті світу чоловіками і жінками:  
 — *Я тебе образив?*  
 — *Так, — сказала вона [Катерина] з викликом, — виховані люди з жінками не дозволяють собі так жартувати. Це щось примітивно-солдафонське. <...> Так жартувати можна лише в компанії чоловіків напідпитку, та й то не завжди...* (Ілленко М. Жарт).

Найважливіші типи комунікативних девіацій, пов'язаних з особою адресата, відтворено на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Типи девіацій, спричинених адресатом

• **Комунікативні девіації, спричинені процесом комунікації (контактом)** (рис. 3.4). Такі комунікативні невдачі пов'язані з ненормативною поведінкою учасників спілкування, і їх називають орієнтаційними. Серед причин цих девіацій:

**Невмотивована зміна комунікативних стратегій учасниками спілкування.** Вона спричиняє комунікативні невдачі різної міри глибини.

Наприклад, невмотивований перехід від серйозного до жартівливого тону:

— *Їй-Богу, не розумію вас, — сказав він. — То ви говорите зі мною як звичайна собі балакуча людина, то...*

— *То, — підхопила Спиридонова, — говорю як психічно ненормальна. Так?* (Хвильовий М. З лабораторії).



Рис. 3.4. Комунікативні девіації, спричинені процесом комунікації (контактом)

Різка зміна мовленнєвих і мисленнєвих стратегій може стати причиною труднощів інтерпретації слухачем іллокутивної мети мовця.

[Пані Морочинська довго не давала згоди на шлюб сина Антося з сільською дівчиною Івгою. Але під впливом брата Макара Макаровича раптом змінює свої погляди:]

[Макар Макарович:] *Ну, Лено, в останній раз тебе питаю... Згоджуєшся ти влити в наш рід молоді чоловічої крові, чи хочеш, щоб Антосеві діти були такі, як, наприклад, я, з такою чистою дворянською кров'ю? Хочеш?*

[Морочинська:] *(тихо, сумно). Хочу... (Всі здивовані).*

[Макар Макарович:] *Чекай, на що ти... Чого ти хочеш? Щоб женився Антон чи щоб не женився на мужичці?*

[Морочинська:] *(глибоко зітхаючи). Хай жениться... Хочу...*

[Макар Макарович:] *Чекай, я нічого не розумію. Це ти знов свої комедії чи серйозно?*

[Морочинська:] *Серйозно, Макаре... Хай бере її. (Винниченко В. Молода кров).*

**Недотримання постулатів кооперативного спілкування.** Комунікативні девіації, викликані цією при-



чиною, виявляються у формуванні мовцем висновків з недостатнім висвітленням логіки руху думок:

[Аглая:] — Словом, Дмитрій Карамазов і Дмитрії Карамазови прийли до жахливої для них думки: немає виходу. Зі своєю партією рвати не можна, бо це, мовляв, зрада не тільки партії, але й тим соціальним ідеалам, що за них вони так романтично йшли на смерть, це буде, нарешті, зрада самим собі <...>

— І все-таки я не розумію, до чого це ти говориш, — знову вставив товариш Вовчик.

— Зараз буде ясно, — сказала Аглая й запалила нову папіроску.

— Отже, я говорила про Карамазова, як про певний тип нашого часу <...>

— Тоді мені буквально незрозуміло, як ти, москочка, можеш зробитись якимось там пастирем <...> (Хвильовий М. Вальдшнепи).

Як порушення максими «прагни зрозумілості» можна кваліфікувати випадки недостатньої мотивованості мовцем оцінки об'єкта мовлення:

[Супрун:] — Коли це ти по тих штреках лазив? Що рік блукав десь поза районом, то вірно, а от щоб по штреках, то хто й зна!

— Що значить «блукав»? — незадоволено промовив Швидкий. — Я тебе не розумію. Хіба то називається блукав, коли тебе в іншу округу перекинули? (Хвильовий М. Майбутні шахтарі).

**Недотримання постулатів етикетності спілкування.** Нехтування адресантом усталених у певному суспільстві засобів висловлення, наприклад максими такту, може мати своїм результатом ігнорування імплікатур непрямого мовлення, тобто стати причиною прямого «прочитання» смислу повідомлення:

[Учитель:] — Я щиро...

[Марія:] — Авжеж, щиро. Та я знаю, що там, за вашою щирістю <...>

[Учитель:] — Маріє Андріївно, даруй, але я не розумію. Такі докори..., така розмова... в присутності свідка, — й кивнув на похнюпленого біля столу майстра фотоательє (Гудало Є. Колгоспний спектакль);

Граф надзвичайно пильно розглядає маленький слойк, піднісши його до самих очей і покушуючи вуса. Бідний Руді — годилось би додати кілька слів про честь і щастя, але у нього було так мало практики говорити те, чого він не почував (Винниченко В. Сонячна машина).

Подібні випадки свідчать про те, що етикетизація — це вияв соціалізації, зацікавленості в іншому, а не в собі. Чим більше віддалені один від одного ті, хто спілкується, тим необхіднішим є виконання етикетних форм спілкування. Однак має бути міра етикетності: менша, ніж це прийнято в певному суспільстві, породжує ефект неповаги до співрозмовника; більша — може тлумачитися як «знущання», «насмішка» або, в кращому разі, непрямої мовленнєвий акт:

*У його [відвідувача] вишуканих вибаченнях було щось невловимо нещире, перебільшене..., і я подумав, що він у душі... знущається, почувавши свою інтелектуальну перевагу (Ілленко М. Жарт).*

**Порушення комунікантами асертивно-пресупозитивних співвідношень у повідомленнях.** Важливим чинником успішного спілкування є спільний фонд пресупозицій у мовця й адресата. Ці пресупозиції, як мінімум, не повинні суперечити асерції, а також одна одній. Зокрема, у кооперативному (неконфліктному) спілкуванні асертивний компонент відповіді на репліку співбесідника не повинен збігатися з елементами пресупозиції. Якщо цієї вимоги не дотримуватися, репліка стає тавтологічною і утворюється ефект уникання відповіді, який порушує максимум релевантності та ввічливості.

*— Куди це ви так їдете? — питають.*

*— А їду, їду! — відказує (Гуцало Є. Козидра).*

Збіг асертивного компонента з пресупозитивним може розцінюватись як знущання або іронія:

*[Микола:] — Як я можу таке у неї запитати?*

*[Степан Іванович:] — Ротом, ротом, дороженький... (Жолдак Б. Таким-то чином).*

**Створення атмосфери і реєстру спілкування, які ускладнюють процес комунікації.** Атмосфера та реєстр спілкування створюються психологічними, ситуативними, когнітивними і мовними чинниками. Порушення хоча б одного з них може унеможливити комунікацію або суттєво знизити її ефективність. Наприклад, атмосфера взаєморозуміння і відповідно душевний реєстр спілкування не можуть виникнути між запеклими ворогами.

Невідповідність психологічних станів може мати своїм результатом вибір мовцем реєстру спілкування, не прийнятного для адресата (адресатів). За такої умови комунікація теж унеможливиться.

**Тональність спілкування.** Значна частина комунікативних девіацій пов'язана із соціальною складовою тональності спілкування. Соціальні аспекти комунікації реалізуються у «рівноправній» (дружній, товариській, приятельській тощо) та «нерівноправній» тональностях спілкування. «Нерівноправна» може виявлятися «згори — донизу» (зверхня, панібратська, поблажлива, владна, фамільярна тощо) та «знизу — догори» (принизлива, прохальна, запопадлива, підлабузницька тощо). У комунікації мовців із різними соціальними статусами наведені типи тональностей стають очікуваними, узгалізованими (загальноприйнятими). Їх порушення спричиняє перепитування, уточнення, викликає у співрозмовника роздратування, протест, незадоволення тощо:

... шановний пане Криленко. Я, бачите, задрю цим гомункулам. Крім того, я думаю, — і Сердюк взяв зовсім професорський тон, — оскільки наша сучасність характеризується проблемами вищого порядку... Ви мене, очевидно, розумієте?

— На жаль, ні, — вже трохи різко кинув Криленко, роздратований цим тоном співбесідника... (Хвильовий М. Зав'язка).

Звичка вдаватися до певної тональності може стати перешкодою у спілкуванні або навіть причиною комунікативної невдачі, якщо необхідна ситуативна зміна стратегій:

Він [лінгвіст Вовчик] хотів щось спитати й, не спитавши, змовк. Власне, він не знав, як спитати: його здивувала тьоття Клава — вона говорила з ним так розв'язно, ніби вона знала його, по меншій мірі, з дитячих літ. <...>

Вовчик хотів поцікавитись, як вона встигла так добре взнати найінтимніше життя Карамазова... але фамільярний тон його співбесідниці остаточно збив лінгвіста з пантелику, і він рішуче заплутався (Хвильовий М. Вальдшнепи).

Водночас різні соціальні ролі комунікантів не пов'язані автоматично з конкретним типом тональності; вони лише задають їй певні координати, які можуть бути змінені залежно від ситуації та різноманітних особистісних чинників. Можливі випадки, коли, попри соціальні відмінності, один із комунікантів віддає перевагу «рівноправній» тональності, а інший не хоче, або (в силу звички) не може підтримувати запропонований тон. Комунікація унеможливорюється:

[Дмитро Іванович:] — Мене вже нудить від його «демократичних» розмов і «дружнього» тону! Я волів би, щоб він [директор] на мене кричав... Так звичніше... і мені, і йому, я думаю... (Максименко М. Школа).

У певному соціумі, колективі, групі друзів, однодумців, колег, сім'ї тощо можуть сформуватись певні стереотипи комунікативної поведінки, зокрема неповторна тональність спілкування, яка стає внутрішньою ознакою цього кола комунікантів, своєрідним паролем для «своїх» і тестом для «чужих». Для нового члена такого колективу або сторонньої людини це може стати (принаймні на деякий час, а інколи й назавжди) перешкодою у спілкуванні:

А, головне, тон! Тон Грабаря був (особливо тоді, в перші роки) просто неможливим. Він увесь час когось чомусь учив, причому в переважній більшості випадків це були давно нами пережиті «істини». <...> Нарешті, що заважало Грабарю повністю ввійти в нашу тісно згуртовану художню сім'ю, — це відсутність гумору. Усі його розповіді були якимись прісними, всі його жарти або дотепи трішки простоваті...; чужих жартів (і особливо того специфічного балагурства, яке у нас процвітало) він зовсім не розумів (Бенуа О. Мої спогади).

Причиною різноманітних типів комунікативних девіацій може бути психологічна складова тональності спілкування. Психологічний аспект стає домінуючим найчастіше в комунікації соціально рівноправних партнерів. Роль цього чинника можна визначити як нездійснені очікування від співбесідника іншого тону спілкування. Це може бути, скажімо, очікування дружнього, розкутого тону у відповідь на жарти мовця, оскільки жарти, як правило, розраховані на відповідне «несерйозне» їх сприйняття:

Він [Чаргар] ураз одхилився від мене й захвилювався: мовляв, навіщо ці жарти? І потім, хто мені дав право так жартувати з ним? (Він так і сказав «хто мені дав право») <...> Я... різко сказала:

— Що значить — «хто дав мені право»? Відкіля цей тон? (Хвильовий М. Сентиментальна історія).

Значна частина комунікативних невдач, пов'язаних із тоном спілкування, спричинена неврахуванням настрою адресата, його характеру, звичок, психічного та фізичного станів тощо.



Комунікативні невдачі можуть виникати за умови невідповідності тональності спілкування елементам мовного коду. Йдеться про тематику, реєстр, жанр, інтенції мовця тощо. Наприклад, в уривку повісті Є. Гуцала «Шкільний хліб» у діалозі учительки Олени Левківни, яка свого часу заступилася за Варку перед головою колгоспу, і Варки, яка прийшла подякувати вчительці за це, спостерігаємо невідповідність дібраної структури речення та його інтонаційного оформлення («тон погрози») інтенціям мовця (бажання висловити глибоку вдячність):

— *Та що ти, Варко, — одмагалася од тієї вдячності вчителька. — Головиха і сама має розум і серце, їй підказувати не треба.*

— *Розум і серце має, так... Але вашого добра я вам не забуду, як хочете.*

«Варка немов погрожує своєю майбутньою вдячністю», — подумалось Олені Левківні, й вона усміхнулась.

Наведені приклади комунікативних девіацій свідчать про те, що їх причини є комплексними, оскільки у понятті тональності спілкування синтезовані лінгвальні й позалінгвальні чинники. У кожному конкретному випадку можна говорити лише про певне домінування якоїсь із складових. Оцінка тональності спілкування як такої, що відповідає чи не відповідає принципі кооперативного спілкування, великою мірою залежить від особи адресата з його неповторним внутрішнім світом.

**Порушення законів референції.** Референція (з точок зору комунікації) — співвідношення елементів мовного коду (слів, словосполучень, висловлювань, повідомлень) з референтом (конкретним предметом, явищем, ситуацією тощо, яких стосується мовний знак), тобто побудова певного «місточка» між мовним кодом і світом.

Референт повинен бути представлений мовцем і впізнаний слухачем у повідомленні. При цьому необхідно, щоб це впізнавання давало змогу співбесідникам спільно користуватися відповідною сферою предметного світу.

Розрізняють комунікативні невдачі з референцією у прямих і непрямих мовленнєвих актах.

• **Прямі мовленнєві акти.** Зміст прямих мовленнєвих актів виформовується значеннями одиниць мовного коду, які недвозначно вказують на комунікативні намі-

ри адресанта. Тобто адресат не повинен звертатись до імплікатур дискурсу, «вичитувати» приховані наміри мовця. Наприклад:

1) нерозрізнення референтів:

[Декан:] — «Нащо ти це зробив?»

«Тобто?» — сказав доцент Приходько.

«Бурдига!» — сказав декан.

«Ну?» — сказав доцент, а сам подумав, що йдеться про Бурдика, бо пам'ятав його відповідь.

«Ти списки бачив?»

«Ну.»

«Тоді навіщо ж ти її валив?»

«Кого «її»? — не зрозумів доцент Приходько.

«Бурдига — ректорський резерв!» — збрехав декан.

«Це ж не вона, а він! Бурдига!» — пояснив Приходько.

«Про що ти кажеш? — не зрозумів декан. — Бурдига — це вона! Ти, мабуть, переплутав її з Бур'яном або з Бурдином» (Діброва В. Бурдик).

2) нечітка референція слова:

Врешті Ликера зібралася на силі, сказала:

— Оступись ти від нього?

— Від кого? — спершу не втямила Ганна.

— Від мого, від Македона (Гуцало Є. Родинне вогнище).

3) двозначна референційна віднесеність мовного виразу:

[Майя:] — Я? Залицяюсь до тебе?

[Хлоня:] — Да! Ви залицяєтесь до мене. Хіба не ви тільки-но пропонували мені поцілувати себе?

— Себто я пропонувала тобі, щоб ти поцілував себе? — знову зареготала Майя.

Хлоня почервонів.

— Ну, я не так, значить, висловився (Хвильовий М. Санаторійна зона).

4) вживання окремих елементів повідомлення з незрозумілою адресатові референційною віднесеністю:

— Він людина хвора, і йому треба багато прощати <...>

— Як усіх жаліти, — жалю не вистачить, — їдко кинув... поет Осадчий.

І в ту хвилину Тарас не зрозумів, — чи не треба жаліти Волинця, чи надто багато когось є жаліти (Гуменна Д. Діти чумацького шляху).

5) уживання імені з родовим значенням для позначення видового поняття:

[Аглая:] — Наш новий знайомий поділяє твої погляди? <...>

— Які ти погляди маєш на увазі? — спитав Карамазов (Хвильовий М. Вальдшнепи).

Занадто велика міра узагальнення може стати причиною комунікативного «збою» інтерпретаційної діяльності слухача:

[Сонька:] — Ти на мене не серчай... А що хворі ми, то правда. І ніяк ми не знайдемо ліків проти хвороби.

— Я не розумію, про яку ти хворобу говориш? — кинув Кметь... (Хвильовий М. Злочин).

• *Непрямі мовленнєві акти.* Смісл непрямих мовленнєвих актів не рівний значенню одиниць мовного коду, які ці мовленнєві акти формують. «Декодуючи» їх, адресат повинен спиратись на імплікатури дискурсу. У разі несформованості або недостатньої сформованості комунікативної компетенції адресат може не вміти «впізнавати» непрямі мовленнєві акти та їх декодувати.

Комунікативні невдачі у непрямих мовленнєвих актах визначаються різними причинами.

У *натяках* надто високий ступінь невизначеності референції або/та оцінки може стати причиною непорозуміння:

— Так ви кажете, що ви звичайнісінький робітник? — сказав редактор. — А хто ж такий я?

— От тобі й маєш? — промовив уже переляканий Степан Трохимович: він подумав, що редактор образився. — Хіба ж я не ціную вашої роботи? Звичайно, й ви робітник!

— Ви мене не зрозуміли, — заперечила людина в рогових окулярах. — Я хочу сказати, що я такий же звичайнісінький робітник, як і ви, і що я тільки три місяці тому прийшов від станка <...> Ідучи на редакторську посаду, ... я стільки ж розумівся на ній, скільки й ви, ідучи на сількорів. Ясно, папаша? (Хвильовий М. Оповідання про Степана Трохимовича).

Іронія може «не впізнаватись» одним із учасників спілкування, «не прив'язуватись» до непрямого мовленнєвого акту:

[Слуга Обломова Захар передає зміст своєї розмови з Ольгою Ільїнською, котрій Обломов пообіцяв не спати вдень, не їсти перед сном тощо]:

[Захар:] — *Спрашивали, где вы обедали вчера.*

[Обломов:] — *Ну?*

— *Я сказал, что дома, и ужинали, мол, дома... «А разве он ужинает?» — спрашивает барышня-то. — Двух цыплят, мол, только скушали...*

— *Дур-р-рак!* — *крепко произнес Обломов.*

— *Что за дурак! Разве это не правда?* — *сказал Захар. — Вот я и кости пожалуй покажу...*

— *Право, дурак!* — *повторил Обломов. — Ну что ж она?*

— *Усмехнулись. «Что ж так мало?» — примолвили после.*

— *Вот дурак-то!* — *твердил Обломов. — Ты бы еще сказал, что рубашку надеваешь на меня навыворот.*

— *Не спрашивали, так и не сказал,* — *отвечал Захар (Гончаров І. Обломов).*

Захар двічі не сприйняв іронію — у словах Ольги Ільїнської «*Что ж так мало?*» і господаря «*Ты бы еще сказал, что рубашку надеваешь на меня навыворот*», — інтерпретувавши мовленнєві акти на рівні первинного значення, тобто як прямі.

Можливі протилежні випадки: адресат вбачає іронію там, де її немає, сприймаючи прямі мовленнєві акти за непрямі:

[Хворий:] ... — *тут у лікарні для божевільних мені живеться далеко краще, ніж мені досі жилося там, на волі. <...> Я почуваю, немовби потрапив до будинку відпочинку або до найкращого з санаторіїв...*

— *Ви вмієте знущатись!* — *зауважив я.*

— *Я?.. Знущатися?.. Ви помиляєтесь,* — *із запалом заперечив він.*

— *Прошу вас, докторе, не прийміть моїх слів за жарт (Домонтович В. Емальована миска).*

**Деформація інформації в каналах комунікації.** Деформація (перекручування, видозміна) інформації на шляху від адресанта до адресата може відбуватися з різних причин: з вини адресанта, адресата, як результат впливу комунікативного шуму тощо.

**Капітан — своєму ад'ютантові:**

«*Як ви знаєте, завтра відбудеться сонячне затемнення, а це буває не щодня. Зберіть особовий склад завтра о 5 годині на плацу в похідній одежі. Вони зможуть спостерігати це явище, а я дам необхідні пояснення. Якщо буде іти дощ, то спостерігати буде нічого, так що залиште людей у казармі*».



*Ад'ютант — черговому сержантові:*

*«За наказом капітана завтра зранку о 5 годині відбудеться сонячне затемнення в похідній одежі. Капітан на плацу дасть необхідні пояснення, а це буває не кожен день. Якщо буде іти дощ, спостерігати буде нічого, але тоді явище відбудеться в казармі».*

*Черговий сержант — капралові:*

*«Завтра о 5 годині капітан зробить сонячне затемнення на плацу; людей в похідній одежі. Капітан дасть необхідні пояснення в казармі стосовно цього рідкісного явища, якщо буде дощова погода, а це буває не кожен день».*

*Черговий капрал — солдатам:*

*«Завтра, у саму рань, о 5 годині, сонце на плацу зробить затемнення капітана в казармі. Якщо буде дощ, то рідкісне явище відбудеться в похідній одежі, а це буває не кожен день».*

Мовні девіації, пов'язані з мовним кодом. Цей тип девіацій зумовлений рівнем мовної компетенції учасників комунікації (рис. 3.5). Основною причиною комунікативних невдач, пов'язаних з мовним кодом, є неволодіння учасниками спілкування спільною ідіоетнічною мовою або незнання ними окремих її елементів. Мовні помилки, неточності, недоречності, описки, обмовки тощо, які впливають на якість спілкування, спричиняються складною взаємодією когнітивних і мовних чинників у процесах побудови пропозиції повідомлення. Чи не найбільше помилок у вживанні засобів мовного коду допускають мовці в усному спілкуванні.

Найважливішими етапами втілення думки в мову (тобто вербалізації) є членування початкового задуму, категоризація, пропозиціювання і побудова поверхневої структури повідомлення (висловлювання).

**1. Членування початкового задуму.** Процедура членування залежно від інтенцій адресанта може бути проведена з різною мірою деталізації, абстрагування, кількості учасників з різними стосунками між ними. Саму ситуацію можна подавати як факт, подію, стан речей, випадок тощо. Водночас членування початкового задуму залежить не лише від когнітивних намірів мовця, а й визначається способами і стереотипами мовного вираження, наближеними до можливостей лінійного розгортання. Сенси повинні бути співвіднесені з мовними структурами і мовними одиницями, а їх сукупність під-

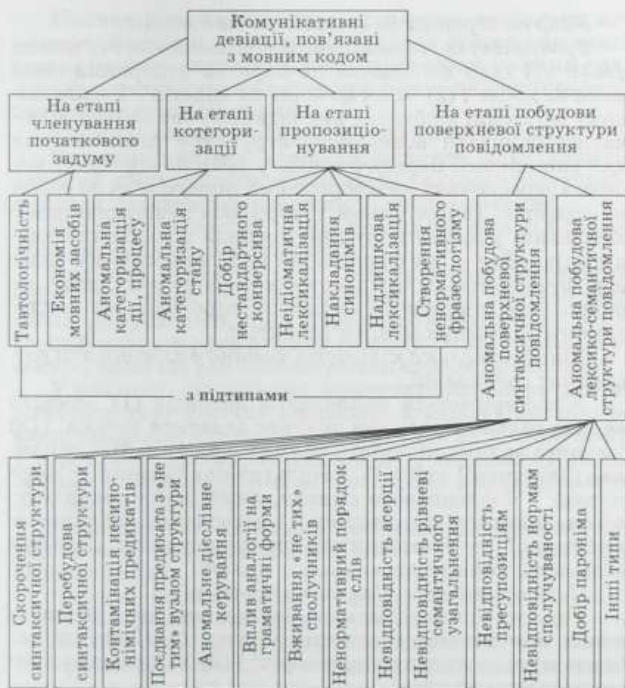


Рис. 3.5. Комунікативні девіації, пов'язані з мовним кодом

ведена під певний зразок або схему. При цьому добір мовних елементів, згідно з задумом мовця, регулюється найважливішим семантичним законом повноти і ненадлишковості. Конкретна ж реалізація цього закону складна і може супроводжуватись девіаціями.

Найпоширенішими типами девіацій на цьому рівні є накладання виділених адресатом аспектів початкового задуму, надлишкова експлікація складових виділених аспектів, неповнота експлікації виділених аспектів, неправильне співвіднесення виділених смислів з мовними структурами.

**Накладання виділених аспектів початкового задуму.** Сутність і «механізми» цього процесу можна зрозуміти, розглянувши кілька прикладів:

*Удар по воротах до своєї мети не долетів.*

Зрозуміло, що коментатор футбольного матчу мав на увазі: (1) 'удар нападника по воротах суперника своєї мети не досяг'; (2) 'м'яч до воріт не долетів'. У спонтанному мовленні відбулося накладання обох аспектів: почавши будувати поверхневу структуру повідомлення для експлікації першого аспекту *удар по воротах*, мовець «перескочив» на оформлення іншого *м'яч до воріт не долетів*. Таким чином утворилося девіативне повідомлення, у якому порушені правила поєднання смислів слів: *удар* — це фізична дія на м'яч ногою або головою футболіста; *летіти може м'яч*, а не *удар*; *удар...не долетів* це семантична аномалія, спровокована накладанням виділених мовцем аспектів;

*Занадто велика кількість команд в елітній лізі розпочинає свої колізії.*

Спостерігається накладання аспектів (1) 'занадто велика кількість команд починає даватися взнаки' і (2) 'занадто велика кількість команд в елітній лізі викликає (негативні) колізії'. Результат накладання — формування мовленнєвого смислу, який важко експлікується адресатом (аудиторією), і порушення лексико-семантичної та граматичної сполучуваності: *...велика кількість команд розпочинає ... колізії*;

*Перуцці вибиває м'яч на кутовий удар.*

У цьому прикладі наявне накладання двох запланованих коментатором аспектів задуму: (1) 'Перуцці вибиває м'яч за лицеvu лінію воріт' і (2) 'за це суддя призначає кутовий удар'.

Результатом ще одного типу девіацій є часткова втрата або «затемнення» інтерпретаційного смислу повідомлення:

*Що було грошеньт з дому — з'їли, а тепер хоч живим до Бога дізь* (Винниченко В. Контрасти).

Мовець у своєму задумі виділив такі аспекти: (1) 'колись гроші були'; (2) 'тепер грошей нема'; (3) 'на них купували продукти'; (4) 'ці продукти вже з'їли'. На поверхневому рівні експлікованими виявились аспекти (1) повністю і (4) частково (у формі *з'їли*); аспекти ж (2) і (3) залишились не експлікованими. Усі згадані аспекти семантично «перекривало» б дієслово *проїли*, але автор його не вжив. Тобто аспекти початкового задуму на етапі формування поверхневої структури висловлювання повинні бути експліковані один раз.

**Надлишкова експлікація складових виділених аспектів.** Виділені аспекти ситуації (в широкому сенсі слова) можуть експлікуватись адресантом не один раз, що у більшості випадків стає причиною надлишковості, тавтологічності. Наприклад:

*Команди спокійно дограють цей матч до кінця.*

Виділений аспект 'команди дограють матч' експлікований двічі: дієсловом *дограють* і словосполученням *до кінця*. Наявна тавтологічність висловлювання.

*Еміль Хескі завдає удару приблизно трохи ближче лінії штрафного майданчика.*

Виділені аспекти: (1) 'Хескі виконує штрафний удар'; (2) 'місце штрафного удару трохи ближче того місця, де проходить лінія штрафного майданчика'. Словосполучення *трохи ближче* — носій смислу «приблизності», який ще раз експлікується словом *приблизно*.

У мовленні, наприклад, коментаторів, часто спостерігається тавтологічне вживання в одному висловлюванні слова *гол*, яке означає 'забитий м'яч', 'м'яч, який у воротах' і словосполучення *м'яч у воротах*: *Думаю, що ще в першому таймі побачимо гол у воротах «К'єво»*.

Надлишковою вважають і експлікацію аспекту 'невідчуженість об'єкта або дії, стану тощо' у таких висловлюваннях:

*Роберто Карлос сильно б'є своєю ногою;*

*«Реал» розпочинає свою атаку;*

*Моліна демонструє свою майстерність.*

Ці випадки близькі до випадків спеціального стилістичного вживання актантів при дієслівних предикатах із цими ж включеними актантами на зразок: *чув своїми вухами, бачив своїми очима, помацав своїми руками тощо*, а також випадків уточнення не дії, а її актанта, наприклад: *Підлога стогнала й дошки рипіли під його важкими кроками, коли він ішов своїми ногами, взутими в безмірні черевики* (Домонтович В. Доктор Серафікус); *А дивлячись на те золото, я думав своїм молодим розумом: як це золото наче тече, капає...* (Свидницький А. Люборацькі). Виділені фразеологізовані звороти виступають носіями узуралізованих значень 'невідчужуваність об'єкта' і 'переконливість тону, аргументації тощо автора'. Ці значення прагматичного характеру частково нейтралізують тавтологічність висловлювання.

Тавтологічність може спостерігатися у разі вибору диспозиційного предиката для виділення одного з ас-



пектів, коли адресант помилково вживає актанти, які закладені в семантиці цього предиката, наприклад:

*Я думаю, що ви самі, сидючи біля телевізорів, чуєте вухами шалений свист трибун.*

**Неповнота експлікації виділених аспектів.** Ознаки аспектів, які виділяє мовець, на поверхневому рівні (зовнішнє мовлення) повинні оснащуватися експліцитними засобами віднесеності саме до цих аспектів. Крім того, виділені аспекти, що поєднуються зв'язком сурядності, повинні бути логічно однорідними. У випадках неексплікації таких засобів або неоднорідності поєднуваних сурядним зв'язком аспектів, виникає ефект незапланованої зевгми (тобто кількох сурядних речень, організованих навколо одного спільного члена):

*Футболісти покидають стадіон без настрою і трьох очок, під свист трибун.*

**Неправильне співвіднесення виділених смислів з мовними структурами.** Наприклад:

*Згадується удар головою Марацини в штангу.*

Мовець виділив два аспекти: (1) 'уболівальники згадують удар головою футболіста' і (2) 'після цього удару м'яч попав у штангу'. У нормі висловлювання повинно було б виглядати так: *Згадується удар головою Марацини, після якого м'яч попав у штангу*. Другий із згаданих аспектів був зредукований до слів *у штангу*, результатом чого є створене висловлювання, яке можна «прочитати»: *'Марацина ударив головою штангу'*. Подібний приклад: *Катанья головою влучив у перекладину*.

Невдалий вибір формальних засобів втілення глибинних смислів виділених аспектів може мати наслідком фактичну відсутність логіки або ускладнене її відтворення адресатом. Наступний приклад ілюструє ускладнене відтворення слухачами смислу висловлювання футбольного коментатора:

*Цей рахунок [2:0 на користь «Фіорентини»] для «Фіорентини» на цей час дуже добрий, що, в принципі, все одно погано.*

Без знання ситуації, насамперед того, що в будь-якому разі «Фіорентина» покидала вищу лігу і ця конкретна перемога її не рятувала, загальний смисл висловлювання втрачався.

Отже, порушення принципів смислової повноти і ненадлишковості експлікації аспектів початкового задуму мають своїми наслідками втрату логіки висловлювання або ускладнену інтерпретацію його глибинного

смыслу, тавтологічність або, навпаки, «економію» мовленнєвих засобів, що призводить до втрати частини глибинного смыслу повідомлення.

**2. Специфіка мовленнєвих девіацій на етапі категоризації.** Виділені мовцем аспекти на етапі членування початкового задуму можуть бути абстрактними. Тому в механізмах породження мовлення передбачений процес категоризації, тобто віднесення виділених аспектів початкового задуму до певного узагальненого типу ситуації (у широкому сенсі слова). Цей процес є наближенням виділених абстрактних аспектів до достатньо стандартизованих лексичних і граматичних структур, які є в кожній ідіоетнічній мові й пов'язуються з категоріями дій, процесів і станів. Ці ментальні й одночасно лінгвальні категорії характеризуються певними закономірностями втілення (номінування, семантизації).

**Девіації, пов'язані з недотриманням законів категоризації стану.** Категоризація виділеного на етапі членування початкового задуму аспекту 'стан особи або природи' може здійснюватися як на рівні фізичних виявів, так і на рівні прихованих причин, інтерпретації цих виявів. Найважливішим семантичним законом побудови елементарної (однослівної) предикації стану є одиничність категоризації. Подвійна ж категоризація має своїм наслідком поєднання рівнів членування, наприклад: *...батько сюди поглядають і радіють очима...* (Осьмачка Т. Старший боярин).

У цьому висловлюванні поєднані два рівні: рівень прихованих причин певного стану (*радіють*) та інтерпретація його виявів ('це відбулося в його очах').

Процес категоризації не повинен супроводжуватись накладанням синтаксичних структур, у яких реалізуються назва стану й причини, що його викликають. Це один із найважливіших законів категоризації стану людини або природи. Прикладом порушення цього закону є наведене нижче висловлювання:

*Розбите враження залишає своєю грою «Мілан».*

Дібрані мовцем аспекти (1) 'негативне враження від гри команди' і (2) 'враження команди, гравці котрої розбиті втому' категоризувались в одному слові *розбите*, яке нормативно не може поєднуватися зі словом *враження*.

**3. Мовленнєві девіації на етапі пропозиціонування.** У процесах вербалізації обов'язковим є усвідомлення мовцем ієрархії та структури ролей учасників. З лін-

гвістичної точки зору — це добір конкретної «прото-схеми» майбутнього висловлювання. Цей етап породження мовлення називають *пропозиціюванням*, оскільки його результати — пропозиції — є основою семантичного представлення будь-якого повідомлення. Пропозиція — це мисленнєвий шаблон: відображення певної ситуації, що належить об'єктивній дійсності, але узагальнений та організований свідомістю; це певний концепт майбутнього висловлювання, сконцентрований навколо реляційного предиката як його семантичної основи. Завершений характер пропозиції вимагає заповнення її потенційних вузлів конкретними лексемами, що пов'язується з проблемами семантики ідіоетнічної мови.

На цьому етапі (в межах цього модуля) можливі девіації, пов'язані з мовною компетенцією.

**Добір нестандартного конверсива.** Конверсиви — це пари слів, які виражають зворотні зв'язки членів пропозиції висловлювання без зміни загального значення цього висловлювання, наприклад: *Іван виграв у Петра* = *Петро програв Іванові*. У нормативних висловлюваннях семантичні ролі членів пропозиції, як правило, відповідають логіко-онтологічним ролям та ієрархії учасників ситуації. Порухення цього закону в межах художнього мовлення завжди стилістично марковане. В інших типах мовлення недотримання цього закону стає причиною девіацій:

*Цей прекрасний гол був нагороджений аплодисментами глядачів.*

Зрозуміло, що аплодисментами глядачі нагородили футболіста, який забив гол, а не гол — 'м'яч у воротах'. Тобто відбулася заміна імені істинного суб'єкта висловлювання — футболіста — іменем тієї дії, яку він виконав — забив гол;

*Його (нападника) ліва нога «працює» сьогодні особливо активно, викликаючи захоплення вболівальників.*

Захоплення вболівальників викликають дії нападника лівою ногою, а не сама нога.

**Неідіоматична лексикалізація.** У спонтанному мовленні іноді спостерігається вибір мовцем лексеми, яка не відповідає загальному смислу пропозиції, тобто є незвичною у даному контексті, неідіоматичною у межах конкретної пропозиції.

«Вузли» реляційного предиката як основи пропозиції у нормі заповнюються лексемами, семантична структура яких об'єднує узуальну (звичну) для даної мови су-

купність семантичних компонентів, наприклад: 'той, хто здійснює поїздки певним видом транспорту' — *пасажи́р*, 'працівник їдальні, ресторану, що подає їжу' — *офіціант*. Покомпонентна лексикалізація семантики складників конфігурації є нормативною тоді, коли пов'язується з необхідністю акцентувати на специфіці об'єкта, руху, діяльності, міжособистісних зв'язків тощо, наприклад: *Ті, що їхали у вагоні першого класу, вийшли останніми (замість пасажирів); Вона стала моєю вимушеною подругою на усьому шляху крізь пустелю (замість попутницею)*. Коли ж комунікативної необхідності в такому семантичному членуванні немає, то покомпонентна лексикалізація стає причиною мовленнєвих девіацій.

Неідіоматична лексикалізація часто виявляється у межах ідіоматизованих виразів, коли одна із складових замінена іншою, не притаманною цьому виразу:

*Це була помилка арбітра на адресу «К'єво».*

Мовець уже здійснив членування початкового задуму, провів категоризацію виділеного аспекта, але на етапі побудови пропозиції замість ідіоматизованого виразу *припуститися помилки на чийсь користь* вжив неідіоматизований вираз *припуститися помилки на адресу когось*.

Значно рідше спостерігається зворотний процес — лексикалізація квазисинонімом дії, яка в нормі позначається узуалізованою сукупністю семантичних компонентів, наприклад: *Ти чому про брата свого мовчиш?*.. Нормативною є форма *нічого не кажеш*, яка замінена дієсловом *мовчиш* 'нічого не говориш'. Однак семантичний компонент *не кажеш* не дорівнює семантиці згаданого словосполучення, оскільки позначає 'взагалі не продукувати звуки', а не 'промовчати стосовно певної ситуації'.

**Накладання синонімів.** У нормі для позначення виділених аспектів у межах пропозиції з низки синонімічних засобів добирається один. У висловлюванні може бути декілька синонімічних виразів (наприклад, риторичний прийом градація (лат. *gradatio* — поступовість, посилення)), однак вони повинні поєднуватися кон'юнктивно (тобто як однопорядкові), що засвідчує неоднорідність їх вибору в процесі вербалізації. Порушення цих умов призводить до появи девіативних висловлювань.



Значна частина девіацій цього типу торкається структури предиката пропозиції, але може також стосуватися непередикативних її імен:

1. [Варка:] — *Коли я вчилася в гімназії, мене товаришки звали «покритчучка» і сахалися товаришувати зі мною...* (Осьмачка Т. Старший боярин). Спостерігається накладання синонімічних виразів *сахалися мене і не хотіли товаришувати зі мною*;

2. [Антось:] — *Чекай, Ісю: ти дядюшки Макара не знаєш, значить помовчи за нього говорити* (Винниченко В. Молода кров). Відбулося поєднання виразів *помовчи і не треба за нього говорити*;

3. [Комісіонер:] — *...словом вам треба справжня кімната* (Підмогильний В. Місто). Наявне поєднання виразів *треба знайти справжню кімнату і потрібна справжня кімната*.

**Надлишкова лексикалізація.** Закон нормативної (ненадлишкової) лексикалізації можна сформулювати так: якщо якийсь фрагмент знайшов своє втілення в лексемі, тобто є частиною її тлумачення або конотативної сфери (тобто сфери прагматики), то він не повинен ще раз лексикалізуватися без смислових прирощень. Цей закон об'єднує когнітивні аспекти вербалізації (добір мовної одиниці) і власне мовні (орієнтацію на синтаксичну семантику пропозиції та лексичну семантику номінативних одиниць). Визначальним аспектом є семантичний.

[Членські внески] *не перевищують щось двох процентів...* (Хвильовий М. Іван Іванович). Словосполучення *не перевищують двох процентів* позначає не точну цифру, а приблизну; неозначений займенник *щось* виступає також носієм семантики невеликої кількості, що формує тавтологічність висловлювання загалом.

*Ви бачите фрагменти найбільш найкращих моментів гри цих команд;*

*Всією командою атакує команда «Ліон».*

У наведених девіативних висловлюваннях етап пропозиціонування порівняно з попередніми етапами процесу вербалізації за своєю природою виявляється більш лінгвальним, семантичним, зорієнтованим на глибинні синонімічні засоби мови. У межах пропозиції як основи майбутнього висловлювання відчутною є роль складників семантичної структури, які виформовують «вузли» реляційного предиката. Вплив семантики номінативно-

го компонента мовленнєвої діяльності стає домінуючим на етапі добору конкретних лексем.

**4. Мовленнєві девіації на етапі побудови поверхневої структури висловлювання.** Значна частина девіацій, пов'язаних з мовною компетенцією комунікантів, стосується побудови поверхневої структури (звукового втілення змісту) повідомлень (висловлювань), тобто заповнення сформованої на попередніх етапах вербалізації пропозиції лексемами з ідіолексикону мовця. Внутрішній лексикон — це сукупність системи одиниць, в якій кожна одиниця «записана» з інструкцією до її використання, з даними про її оперативні можливості за всіма можливими напрямками її вживання — прагматичним, власне формальним, семантичним. У процесі вербалізації сфера пошуку потрібної одиниці номінації із самого початку визначається активізованою концептуальною (пропозитивною) структурою. Тобто механізми залучення слова до створення висловлювань вимагають особливого його оформлення, згідно з передбачуваною для нього позицією в синтаксичній схемі, і його узгодження із семантичним задумом усього висловлювання, що виформовується.

Попри складний механізм синтезу структурно-синтаксичних і лексико-семантичних чинників у процесах добору номінативних одиниць, у кожному конкретному випадку вербалізації переважає один з них. Тому можна стверджувати про особливості побудови поверхневої синтаксичної та поверхневої лексико-семантичної структур висловлювання.

Особливості побудови поверхневої синтаксичної структури висловлювання пов'язані з переважаючим впливом граматичної семантики; побудова ж поверхневої лексико-граматичної структури відбувається відповідно до законів лексичної комбінаторики, тобто правил поєднання номінативних одиниць у межах повідомлень (висловлювань). Кожна ідіоетнічна мова має свої неповторні закони комбінаторики.

*Девіації при побудові поверхневої синтаксичної структури висловлювання.* Найчастішими причинами таких девіацій є:

1) скорочення синтаксичної структури пропозиції, яке може супроводжуватися або не супроводжуватися зміною граматичної форми слів;

а) *Напевне ж були люди, що теж хотіли і до дівчат і до молодих (Осьмачка Т. Старший боярин) (тобто хотіли піти до...);*

б) *Магальянеш хотів викрутити м'яч важко для воротаря (тобто щоб це було важко...);*

в) *Суддя втратив ситуацію на полі (тобто контроль над ситуацією...);*

г) *Його [захисника] провали могли мати ще два м'ячі (тобто мати своїм результатом...);*

2) перебудова синтаксичної схеми речення. Ця трансформація стосується змін синтаксичної структури «вузлів» сформованої пропозиції, не торкається її загального смислу, а тому належить до поверхневого рівня вербалізації комунікативної одиниці. Девіації цього типу можуть виникати під впливом парадигматичних і синтагматичних чинників одного рівня, аналогії. Наприклад:

а) *Після гри тренер влаштує «розбір польотів». Це я вам запевняю.*

Мовець почав будувати структуру висловлювання *Це я вам гарантую (обіцяю)*. Дійшовши у розгортанні пропозиції до останнього номінативного елементу, він не знайшов у своєму ідіолексиконі потрібної лексеми і замінив її парадигмально близько, але з іншою синтаксичною сполучуваністю — *запевняю*.

Цей приклад демонструє вплив парадигматичних чинників, наступний — синтагматичні впливи елементів одного рівня:

б) *... перейшовши до «Карпат», у нього [гравця] почалася смуга невдач. У різних контекстах вирази коли він перейшов і перейшовши виражають один смисл; їх уживання залежить від загальної структури висловлювання;*

3) контамінація (змішування, об'єднання) несинонімічних предикатів. У межах пропозиції, сформованої на попередньому етапі вербалізації, кожен із її предикатів на поверхневому рівні повинен номіналізуватися окремою лексемою. Суміщення двох чи більшої кількості предикатів зі своїми залежними членами стає причиною девіацій:

а) *[Ізюбри] ...тремтять до бою один і другий (Багрянний І. Тигролови) (суміщення предикатів тремтіти і рватися до бою);*

б) *Зідан навішує прострільну передачу (контаміновані вирази навішує м'яч і робить передачу);*

в) *Він мав можливість про себе зарекомендувати (контаміновані вирази зарекомендувати себе і заявити про себе);*

4) трансформації у складі усталених виразів. Усталені вирази повинні входити в поверхневу структуру без змін або варіюючись у межах, передбачених лексичною системою, наприклад: *м'яти (пом'яти) боки (ребра), слово за словом (слово по слову)* тощо. Трансформації, не викликані стилістичними потребами, є девіативними:

а) *Поклавши руки на серце, треба визнати, що гра не вдалась* (у нормі *поклавши руку на серце*);

б) *Це було зроблено за очима арбітра* (у нормі *поза очі*);

в) *Що таке дербі, відомо футболістам не по чутках* (у нормі *не за чутками*);

5) зміни у межах дієслівного керування. «Вузли» реляційного предиката пропозиції на поверхневому рівні у нормі заповнюються граматичними формами з усталеною лексико-синтаксичною сполучуваністю. У разі її порушення без спеціальної стилістичної мети виникають девіації:

а) [Малахій:] — *Уставайте, люди, бо несучи на вас реформу* (Куліш М. Народний Малахій) (заміна *вам* → *на вас*);

б) *У цьому епізоді немає претензій стосовно ворота* (заміна *до* → *стосовно*);

в) *До «Роми» це не стосується* (слово *до* зайве);

6) ненормативний порядок слів у реченні. Звичний (стилістично нейтральний) порядок слів у висловлюванні залежить від прагматичних і функціонально-комунікативних чинників, зокрема орієнтації на особу адресата, бажання підкреслити буденність того, про що йдеться, тощо. Неврахування їх може стати причиною неузурядованого порядку слів або його незапланованої стилістичної маркованості:

а) *Через помилки захисника «Рома» втратила велику кількість очок в обороні* (у нормі *через його помилки в обороні...*);

б) *Нападник хотів не відповісти на грубість захисника* (у нормі *він не хотів відповісти...*).

**Девіації при побудові поверхневої лексико-семантичної структури висловлювання.** На цьому етапі породження мовлення семантико-синтаксична основа висловлювання уже сформована. У зв'язку з цим лексичні елементи виступають своєрідними «заповнювачами» місць пропозиції, а тому їх добір є пошуком синонімічних засобів, які співвідносяться семантикою пропозиції або її окремих «вузлів». При цьому лексичне значення



виявляється як динамічна одиниця, яка може змінювати у певних межах свою семантичну структуру. Отже, найважливішим законом добору лексичних одиниць є закон відповідності загальній структурі пропозиції взагалі або її окремих «вузлів». Найчастіше такі девіації спричинені:

1) невідповідністю лексичного елемента головній асерції пропозиції. Йдеться про лексему, квазісинонімічну (тобто позірну, приблизно синонімічну) нормативній:

а) *Його [Карамазова] карючило, що ці випадкові дачниці так неохайно ставляться до його партії* (Хвильовий М. Вальдшнепи). Прислівник *неохайно* має семантику, яка дозволяє йому характеризувати предикати зовнішнього вияву: фізичні та фізіологічні дії (*писати, їсти* тощо), поведінку, зовнішній вигляд (*бути неохайно одягненим*) тощо. У цьому контексті асерція висловлювання, яку формує мовець, вимагає оцінної характеристики, скерованої на позначення *недбалого* ставлення до партії, тобто предиката відношення. Нормативними були б прислівники *зневажливо, неуважно*;

б) *І коли вони [зłodії] зупинялись, зупинялось і шарудіння в рівчаку* (Винниченко В. Голод). Предикат *зупинялись* вживається у висловлюваннях із суб'єктами, які перебувають в активному стані (діють, рухаються, розвиваються тощо); суб'єкти, що позначають звуки, передбачають предикат типу *припинялись*;

в) *Гравець у цьому моменті перебільшив свої сили* (заміна нормативного *переоцінив* на квазісинонім *перебільшив*);

2) невідповідністю лексеми пресупозиційній структурі пропозиції.

Пресупозиції формуються елементами мовного коду і не повинні суперечити їх семантиці:

а) *...Лундик Гордій приїхав... до своєї тітки Горпини Корецької, яка йому була і за батька і за матір рідну, бо він їх позбувся ще раннього дитинства* (Осьмачка Т. Старший боярин).

У реченні йдеться про втрату Гордієм батьків ще в ранньому дитинстві, а тому нормативно цей «вузол» пропозиції повинен би мати форму *...бо він їх втратив ще у ранньому дитинстві*. Асерція пропозиції збережена, і її можна визначити як - 'смерть батьків'. Однак пресупозиційні аспекти обох дієслівних предикатів різні: *позбутися* можна когось або щось, що заважає, при-

чому ця дія відбувається свідомо, цілеспрямовано; *втратити* ж можна когось або щось, що є дуже потрібним, як правило, без участі волі, бажання людини (порівняйте: *позбудься своїх згубних звичок і втрать свої згубні звички*). Тобто *позбутися* є предикатом дії, а *втратити* — процесу при спільній асерції події;

3) невідповідністю лексеми нормам сполучуваності конкретної мови. Окрім відповідності асертивно-пресупозитивним аспектам пропозиції, лексема, яку добирає мовець, повинна гармонувати з глибинною семантикою висловлювання й не порушувати норм сполучуваності членів пропозиції.

Наведені нижче приклади демонструють девіативний добір лексем:

а) *І цей тріск продзвенів як смертельний постріл по всіх розлогах ночі...* (Осьмачка Т. Старший боярин).

У цьому висловлюванні спостерігаємо невідповідність референційної сполучуваності лексеми загальній референційній віднесеності членів пропозиції, оскільки дієслівний предикат *продзвеніти* означає 'утворити, видати високі деренчливі металеві звуки'. У цьому контексті нормативним був би предикат *прозвучав*;

б) *Було багато помилок у виконанні Фернандо Ерро*. Слово *виконання* позначає цілеспрямовану, контрольовану дію; помилки ж здійснюються спонтанно, поза бажаннями суб'єкта дії;

в) *І в той же момент раптом переді мною підводитьсь образ матері* (Хвильовий М. Я — Романтика) (замість *постає*; *підводиться* — про дії живої істоти).

У наведених нижче прикладах порушені закони семантичної сполучуваності лексем:

а) *Гравець так і не виграв повітряного м'яча* (тобто м'яча, який перебував у польоті, «повітрі»); словосполучення *повітряний м'яч* ненормативне;

б) [Малахій:] — ... *Оля побігла в церкву губити свідомість...* (Куліш М. Народний Малахій); *губити свідомість* — ненормативне словосполучення;

4) добором лексеми, паронімічної нормативній. Спонтанне, заздалегідь не підготовлене мовлення може супроводжуватися різноманітними обмовками, зокрема помилковим вибором лексем, паронімічних нормативним, які, як правило, не відповідають асерції, пресупозиції або модальній рамці висловлювання, яке будує мовець. Наприклад:

а) *Така гра спростовує завдання оборони «Інтера»* (замість *спрощує*);

б) *Зараз їх [дві команди] розподіляє лише три очка* (замість *розділяє*);

в) *Нуньо Гомеш увесь тиждень демонстрував тренеру своє бунтівне становище* (замість *ставлення*);

5) іншими типами девіативного добору лексем. Недостатнє володіння нормами конкретної мови, незнання законів лексичної й граматичної ідіоматики теж є причиною неправильної побудови поверхневої структури висловлювання. Найчастіше — це вживання лексичних та семантичних росіянізмів:

а) *[Нападник] намагався продратися крізь захисників* (рос. *продраться*; укр. *продертися*);

б) *Відсутність Дель П'єро може сказатися на грі команди* (рос. *сказаться*; укр. *позначитися*).

Отже, виникнення девіацій на етапі формування поверхневої структури висловлювання спричиняється не загальноприйнятим оперуванням складовими внутрішнього лексикону мовця, незнанням закономірностей побудови синтаксичної структури і когнітивних процедур добору номінативних елементів.

Когнітивні й лінгвальні чинники процесу породження мовлення по-різному взаємодіють на різних етапах. Когнітивна складова на *привербальному етапі породження мовлення* виявляється насамперед у виділенні певного первісного задуму, його членуванні на аспекти, які відповідають інтенціям мовця; підведенні їх під найабстрактніші мисленнєві категорії, що співвідносяться з не менш абстрактними глибинними категоріями конкретної ідіоматичної мови. На *вербальних етапах процесу породження* роль лінгвального чинника неухильно зростає, стаючи домінуючою на етапі побудови поверхневої структури висловлювання. Саме тут мовленнєві девіації пов'язуються із закономірностями синтаксичної структури і процесами добору номінативних елементів.

Отже, найважливішими причинами і відповідно типами девіацій у комунікації є девіації, спричинені впливом практично всіх складових комунікативного акту: психологічних, духовних, когнітивних та інших якостей адресанта і адресата, контекстом і ситуацією спілкування, особливостями каналів комунікації, організацією і якістю зворотного зв'язку, засобами мовного

коду. З метою досягнення предметної й комунікативної мети учасники спілкування повинні постійно дотримуватися всіх принципів, правил і конвенцій міжособистісної комунікації.

### Запитання. Завдання

1. У чому полягають комунікативні особливості мовленнєвого жанру?
2. Поясніть, чому мовленнєвий жанр вважають власне лінгвістичною категорією дискурсу, комунікації загалом.
3. Як співвідносяться поняття «дискурс» та «мовленнєвий жанр»?
4. Розкрийте суть мовленнєвого акту. Хто запропонував цей термін і типологію мовленнєвих актів?
5. Охарактеризуйте найважливіші прагматичні складові мовленнєвого акту. Чому ілюкцію вважають ключовим поняттям теорії мовленнєвих актів?
6. Як співвідносяться поняття «мовленнєвий жанр» і «мовленнєвий акт»?
7. У чому сутність перформативів та яка їх комунікативна специфіка?
8. Поясніть сутність поняття «імплікатури дискурсу».
9. Якими комунікативними ознаками відрізняються прямі й непрямі мовленнєві акти?
10. З'ясуйте сутність пресупозиції мовленнєвого акту. Які комунікативні ознаки їй властиві? Назвіть типи пресупозицій.
11. Як співвідносяться пресупозиція та асерція у межах мовленнєвого акту?
12. Охарактеризуйте інші типи імпліцитної інформації в мовленнєвих актах. Як вони співвідносяться з пресупозицією?
13. Охарактеризуйте роль у комунікації контекстуальних і ситуативних чинників.
14. Які ситуативні чинники мають найпомітніший вплив на перебіг і зміст спілкування? Поясніть свою думку.
15. Обґрунтуйте роль індивідуального стилю спілкування.
16. У яких параметрах комунікації найповніше виявляється мовна особистість?
17. Охарактеризуйте основні типи мовних особистостей.
18. Проаналізуйте найважливіші особливості усного й писемного спілкування.
19. Які основні й перехідні функціональні стилі літературного мовлення виділяють у сучасній лінгвістиці?
20. Сформулюйте найважливіші комунікативно-риторичні вимоги до зразкового літературного мовлення.
21. Які характеристики спілкування визначають тип регістру?
22. Що таке тональність спілкування і які чинники комунікації впливають на формування типів тональності?
23. Охарактеризуйте чинники, які впливають на формування атмосфери спілкування.



24. На чому ґрунтується розрізнення мовних і комунікативних де-  
віацій?

25. Охарактеризуйте найважливіші типи комунікативних невдач,  
пов'язаних з особою адресанта; особою адресата; процесом комунікації,  
з особливостями використання каналів спілкування.

26. Визначте причину комунікативних невдач (непорозумінь) у при-  
кладах із художньої літератури:

а) — Скрізь говорять про нашого Горбі. Сьогодні він зірка. Продюсе-  
ри хочуть знімати фільм про гласність.

[Дзвінка:] — Фуфло!

— Прошу? — не зрозуміла вона. (В. Діброва. «Бурдик»);

б) [Студент «піймав» ректора в туалеті:]

— Добрий день, Антоне Григоровичу! <...> Я — Багацький, — каже.  
— Впізнаєте?... Ректор біліє, тоді червоніє, а тоді синіє. <...> ректор заси-  
чав і простягнув руку до дверцят. А Багацький ... подає йому і свою руку.

— Добрий день, — каже, — Антоне Григоровичу. Це я, Багацький.  
Я п'ять разів у вас на прийомі був, а це вже шостий. (С. Цюриць. «Конфі-  
денційна зустріч»);

в) [Дружина:] — А що хворі ми, то правда. І ніяк ми не знайдемо ліків  
проти хвороби.

[Чоловік:] — Я не розумію, про яку хворобу ти говориш. (М. Хвильо-  
вий. «Злочин»).

27. Чому за основу типології мовних девіацій взято процес поро-  
дження мовлення?

28. Назвіть етапи породження мовлення і визначте притаманні їм ти-  
пові помилки слововживання.

29. Визначте причини мовних помилок у висловлюваннях, запозиче-  
них з художньої літератури:

а) Тепер добавить ще до цього лиця отого собацюру, дога по націо-  
нальності, на яку жодна наша псина сільська побоялась навіть пискнути...  
(Б. Жолдак. «Яблуна з райського саду»);

б) Тракувати мене кавою її цікавить більше, ніж розмовляти, про  
викладання. (В. Домонтович. «Дівчина з ведмедиком»);

в) ... я побачив ... червоне від спеки обличчя, хусточку, згорнену в  
комочок, і портмоне в руці. (Там само);

г) Я ... допитливо вдивляюсь ... в гостру глибоку рису, що йде в неї  
від тонкого носа до кінців губ. (Там само);

г) Кинути її? Я гадав за це! (Там само);

д) Утома коливає мене ... (Там само);

е) Я прийму ванну, переодягнуся, трохи спочину, взагалі прийду в  
нормальне становище. (Там само).

30. Визначте найтиповіші помилки в комунікативній поведінці й мов-  
ленні друзів.

# 4.

## Міжкультурна комунікація

*Спілкування людей завжди відбувається в межах певної культури із використанням конкретної етнічної мови, неповторних мовних картин світу, а також законів спілкування, випрацьованих у межах цієї мови і культури. Потрапляючи в інше культурно-мовне середовище, людина фактично потрапляє в інший світ цінностей і законів спілкування. Це необхідно враховувати всім, хто спілкується з носіями інших культур і мов.*

### Вплив національно-культурних чинників на процес спілкування

Сутність міжкультурної комунікації. У сучасному динамічному світі звичним явищем стали контакти носіїв різних культур і мов. Незнання або неадекватне відтворення норм мовленнєвої та немовленнєвої поведінки створює труднощі в спілкуванні представників різних лінгвокультурних спільнот і може спричинити різноманітні комунікативні девіації.

Усвідомлення важливості культурно-історичних чинників у процесах спілкування зумовило активне вивчення у 80-х роках ХХ ст. проблематики міжкультурної комунікації (МКК). Водночас проблеми МКК

досліджувалися різними науками: етнологією, етнолінгвістикою, семіотикою, психологією, етнопсихологією, лінгвістикою тексту та ін.

*Міжкультурна комунікація* — спілкування носіїв різних культур, які послуговуються різними мовами.

Метафорою «носій національної культури» зазвичай описують свідомість людини, яка сформувалася у процесі оволодіння певною національною культурою. Наприклад, носій української культури має свідомість, що сформувалася на основі образів та уявлень, притаманних українській культурі.

Національно-культурні чинники мають істотний вплив як на елементи мовного коду, так і на власне процес спілкування. Елементи та категорії мовного коду кожної ідіоетнічної мови формують неповторні мовні картини світу, які відрізняються від концептуальних (наукових) картин світу. Вагомим є вплив національно-культурних чинників на семантику окремих слів і, відповідно, фрагментів мовних картин світу. Наприклад, японське слово *сакана* може бути перекладене українським *риба* (чи російським *рыба*). Але для росіян *рыба* — це луска, плавники і велика кількість кісток. Для японців *сакана* — це будь-яка живність, наявна в морі чи океані. Чи, наприклад, вираз японської мови, який «моделює» у свідомості японського підлітка чотири найстрашніших лиха, що йому загрожують: *дзісін, камінарі, кадзі, сядзи*, тобто 'землетруси, блискавки, пожежі, батьки'. «Набір» цих «лих» національно обумовлений специфікою життя японців.

Значно впливають національно-культурні чинники на структуру комунікативного акту і його складові. Особливо відчутно вони позначаються на формуванні соціальних ролей учасників комунікації, які розкривають їх соціальну взаємодію. Так, у різних народів стандартні за своїм складом комунікативні акти — чоловік—дружина, батько—син, брат—сестра, гість—господар тощо — регулюються нетотожними соціальними правилами. Так, в абхазців на поведінку гостя накладені обмеження, яких немає, наприклад, в українців: гість в абхазькому домі не може освідчитися дівчині цього дому в коханні.

Історичні, національні, культурні та інші чинники впливають і на невербальні складові спілкування, а також на співвідношення вербальних та невербальних складових. Наприклад, ескімоси ріки Копер вітають чу-

жоземців ударом кулака по голові або по плечах, а жителі північно-західних районів Амазонки ляскають один одного по спині на знак вітання. Полінезійці обнімаються й труть один одному спину; південноамериканські іспанці (чоловіки) вітають один одного стереотипними обіймами: голова над правим плечем партнера, три ляскання по спині, голова над лівим плечем партнера, ще три поляскування; двоє курдів при зустрічі хапають один одного за праву руку, піднімають руки, не рознімаючи їх, і по чергово цілують один одного руки.

Найважливішими аспектами і одночасно об'єктами дослідження МКК є:

1. Аспекти, пов'язані з культурною традицією:

— дозволи і заборони у даній мовно-культурній спільноті на певні типи і різновиди спілкування;

— стереотипні ситуації спілкування, відтворювані типи комунікативних актів;

— етикетні характеристики універсальних актів спілкування (наприклад, формули привітання, прощання тощо);

— рольові та соціально-символічні особливості спілкування;

— номенклатура і функції мовних і текстових стереотипів, які використовуються у спілкуванні й відображені, зокрема, в пареміях;

— організація текстів.

2. Аспекти, пов'язані з соціальними чинниками і соціальними функціями спілкування:

— функціонально-стильові «підмови»;

— етикетні форми.

3. Аспекти, пов'язані з етнопсихологією:

— психолінгвістична організація мовної діяльності;

— номенклатура, функції та особливості проксемічних, кінестетичних і паралінгвальних засобів.

4. Аспекти, пов'язані зі специфікою тезаурусної організації культурно-мовної спільноти:

— система традиційних образів, порівнянь, символічне вживання певних денотатів;

— система кінетичних засобів.

5. Аспекти, які визначаються специфікою мови певної культурно-мовної спільноти:

— система стереотипів;

— система символів, образів тощо;

— структура текстів;

— етикетні форми;

— підмови і функціональна стилістика та ін.



Отже, дослідження МКК не обмежується лише аналізом засобів мовного коду, а охоплює комплекс проблем, пов'язаних з етнічними, соціальними, культурними, психологічними чинниками, тобто виявом усіх аспектів фізичного і духовного життя етносу.

**Роль мови і культури в соціалізації особистості.** Життєдіяльність людини — це складна взаємодія її із суспільством. У процесі цієї взаємодії — у безпосередніх соціальних контактах, під впливом мікросередовища (внутрішнє середовище), макросередовища (зовнішнє середовище), його культури, соціальних норм і цінностей — формується особистість, тобто відбувається її соціалізація.

*Соціалізація* (лат. *societas* — спільність, суспільство) **особистості** — процес інтеграції індивіда в суспільство, у різноманітні типи соціальних спільнот шляхом засвоєння ним елементів культури, соціальних норм і цінностей, на основі яких формуються соціально значущі риси особистості.

У процесі соціалізації людина адаптовується до умов соціуму, культури, норм, що формуються впродовж життєдіяльності суспільства, і своєю активністю перетворює їх на власні цінності, орієнтації, установки тощо.

Чи не найважливіша роль у процесі соціалізації індивідів належить мові. Це зумовлено тим, що в мові наявний соціальний досвід попередніх поколінь і всього людства. Оволодіваючи мовою, людина привласнює цей досвід, робить його складовою своєї особистості. Все це відображається в процесах спілкування, яке у кожній культурі має свої особливості.

Процес оволодіння людиною культурою суспільства відбувається не стихійно, а контролюється цим суспільством. Культурні знання засвоюються особистістю в тому обсязі й настільки глибоко, наскільки це необхідно для рольової діяльності, яка формує її рольовий репертуар (батька, директора, гостя тощо). Одна із ролей особистості — національна, яка формується на перших етапах соціалізації завдяки сімейному та шкільному вихованню, — є спільною для всіх носіїв певної мови. Культурні знання, засвоєні в межах цієї ролі, є ядром феномену, який називають національною специфікою мислення і спілкування.

Як вважають деякі етнолінгвісти, людина сприймає світ крізь категорії рідної мови, яка пронизана неповторним народним духом. Звідси витоки теорії лінгвіс-

тичної відносності (гіпотеза Сепіра—Ворфа), лінгвістичного детермінізму (лат. *determinare* — обмеження, визначення) та інших теорій. Їх сутність зводиться до визнання повної залежності (детермінованості) мислення і поведінки людини від структури мови, якою ця людина послуговується з моменту народження. Мова ніби описує навколо людини чарівне коло, вирватись за межі якого можна лише оволодівши іншою мовою. Але знову індивід потрапляє в полон іншої мови і так до безкінечності. Іншими словами, згідно з цими концепціями, людина пізнає світ і орієнтується в ньому так, як їй «підказують» категорії рідної мови (чи мови, якою вона володіє).

Насправді ж когнітивна діяльність людини лише певною мірою визначається мовою, оскільки в пізнавальних процесах істотну роль відіграє наука, практична та перцептивна (пов'язана з безпосередніми відчуттями) діяльність тощо, які виформовують концептуальну картину світу, тобто картину поняттєву. Вона не завжди відповідає мовній, уточнюючи, коригуючи її. Тобто слід говорити не про мовний детермінізм, а лише про частковий вплив категорій мови на пізнавальну діяльність людини.

Спілкування людей — це знакова діяльність, у якій роль предметів виконують їх знакові заступники. Вони в сукупності є носіями як експліцитних (доступних зовнішньому спостереженню), так і імпліцитних (прихованих, функціональних) властивостей предметів. Імпліцитні властивості предметів стають зрозумілими людині лише за допомогою мовних знаків. Наприклад, для українців *рушник* — не лише шматок тканини, яким можна витерти руки, а й певний символ сім'ї. Ось чому на рушник стають, коли беруть шлюб.

*Універсальне й ідіоетнічне у мовному спілкуванні.* Заперечуючи повну детермінованість (визначення) мислення і поведінки людини мовними чинниками, не можна не враховувати їх впливу на світосприйняття, а ще більше — на міжособистісну комунікацію. Йдеться про співвідношення універсального та ідіоетнічного у процесах спілкування. *Універсальне* охоплює всі складові комунікативного акту: наявність адресанта, адресата, мовного коду, повідомлення, контексту як такого, ситуації. Універсальним є використання певних мовленнєвих актів у певних мовленнєвих жанрах і дискурсах. І самі мовленнєві акти мають універсальну природу

і виступають носіями локуції, іллокуції та перлокуції. Універсальними можна вважати цільову організацію спілкування, більшість функцій комунікації в суспільстві (зокрема, інтерактивну, перцептивну) тощо.

Водночас у процесі комунікації важливе значення має ідіоетнічне. Як зазначає сучасний американський дослідник Д. Хаймс (нар. 1927), «люди, які належать до різних культур, ... володіють особливими комунікативними системами, а не одними й тими самими природними комунікативними можливостями лише з різними звичаями. Культурні цінності й вірування почасти створюють мовну реальність».

Існує національно-культурна специфіка вербальної та невербальної поведінки представників різних культурно-мовних спільнот, яка виявляється насамперед в особливій системній комбінаториці елементів досвіду, які можуть повторюватися у багатьох культурах. Те, що в одній мовно-культурній спільноті може виражатися засобами мови, в іншій — засобами паралінгвістики чи ритуалу. Наприклад, у європейській культурі (в широкому сенсі слова) спілкування друзів може відбуватися без слів (привітання кивком голови, жестове запрошення йти поряд, відмова за допомогою жесту і кивка голови, жестове прощання тощо); у японській та китайській культурах таке спілкування практично неможливе.

Китайському глядачеві, наприклад, достатньо побачити пофарбоване матово-біле обличчя персонажа, щоб зрозуміти, що це негативний персонаж; у позитивного героя обличчя обов'язково розмальоване чорною або червоною фарбою; шахраїв і коміків впізнають по білій плямі на носі. В'єтнамському глядачеві традиційного національного театру «тео» добре зрозуміла пластика рук акторів — рухів, які безперервно і плавно змінюють один одного; їх називають «квітами рук». Для японського глядача театру «Кабукі» немає нічого неприродного, наприклад, в тому, що про події драми і думки героїв розповідає «сказитель», який сидить на сцені або в ложі, а герої розмовляють із залом мовою жестів і танців, або в тому, що служка просценіуму («куромба») під час бою прикріплює до одягу героя червону стрічку — знак того, що той поранений.

Своєрідно сприймається зміст іншопольового художнього твору крізь призму своєї культури. Тубільці Західної Африки зрозуміли сюжет «Гамлета» В. Шек-

спіра так: Клавдій — молодець, що одружився із удовою брата. Саме так і повинна чинити хороша людина. Однак зробити це потрібно було відразу після смерті чоловіка, а не чекати цілий місяць. Привид батька Гамлета взагалі не вклався в їх свідомість: якщо він мертвий, то як він може ходити і говорити? Полонія осудили: для чого він заважав дочці стати коханкою сина вождя — це і честь, і, головне, багато дорогих подарунків. Гамлет убив його абсолютно правильно, відповідно до мисливської культури тубільців: почувши шурхіт, крикнув «що, це шур?», а Полоній не відповів, за що і був убитий. Саме так і чинить кожен мисливець в африканському лісі: почувши шурхіт, гукає і, якщо відповіді немає, вбиває причину шуму, а значить, і небезпеки.

Вивчення культурно-психологічних аспектів комунікації — одна з найважливіших проблем етнопсихолінгвістики, яка сформувалась в останні десятиліття.

Отже, спілкування носіїв різних ідіоетнічних мов — це не лише знання засобів мовного коду, володіння елементами і категоріями чужої мови. Людина, яка хоче вільно і невимушено комунікувати з носіями іншої мови, повинна оволодіти також їх культурою, що знайшла своє втілення в цій мові.

### Аспекти мовного коду в міжкультурній комунікації

Специфікою мови кожної культурної спільноти визначається система символів, образів, етикетних форм спілкування тощо.

**Національно-культурні мовні символи і стереотипи.** Ефективність міжкультурної комунікації великою мірою залежить від знання мовної символіки.

**Мовна символіка (в МКК)** — вираження за допомогою засобів ідіоетнічної мови ідей, понять, почуттів тощо, які мають особливе (символічне) значення для культури певного етносу.

Культурна символіка вербального та невербального спілкування в різних лінгвокультурних спільнотах різна, іноді — протилежна. Так, у японців листки папороті означають побажання гараздів у році, що наближається; листки мандарину — побажання, щоб мовлення того, кому їх дарують, було насичене дотепами і каламбурами; вічнозелені голки сосни — довголіття; бамбук — стійкості й сили; омар з панцирем на спині — захищеної



від знегод, злигоднів старості. В українському ж узусі культурна символіка інша: дуб — це символ міцї й сили; осика асоціюється зі слабкістю, лякливоїстю; українці сприймають це дерево негативно, вбиваючи осиковий кіл у могилу тих, хто за життя підозрювався у зв'язках із нечистою силою; калина — символізує прекрасну дівчину, Україну загалом; папороть асоціюється зі смертю, кладовищем; черепаха — символ повільності, заєць — швидкості, поспішності, боягузливості; лисиця — символ хитрості, лестоців. В українців чорний колір асоціюється з нещастям, бідом, смертю; білий — з чистотою та свіжістю, жовтий — зі зрадою. У японському узусі білий колір пов'язаний зі смертю, трауром; у монголів жовтий колір символізує кохання, білий — благополуччя й чистоту, синій — символ неба й вічності.

Національно-культурна символіка тісно пов'язана з національно-культурними стереотипами, які впливають на менталітет та комунікативну поведінку носіїв різних мов і культур.

**Стереотип** — схематизований і певною мірою однобічний образ явища, людини, речі тощо, який ґрунтується на невеликій кількості (часто на одній) рис оцінного характеру, які вважаються типовими (взірцевими) для всього класу речей; суб'єктивне поняття поточного мислення і мовлення, яке є невід'ємною складовою мовної картини світу певного етносу і засвоюється в процесі соціалізації особистості, оволодіння нею етнічною мовою і культурою.

Роль поточних уявлень у міжособистісному спілкуванні, зокрема в МКК, значна. І справді, в українському мовно-культурному просторі стара людина — це не лише людина, яка прожила багато років, а й людина досвідчена, мудра (фразеологізм *старий, стріляний горобець*); *швець* — це не лише людина, яка шие взуття, а й людина, схильна до чарки (*п'є, як швець*) тощо. Іншими словами, в межах певної культури за багатьма об'єктами закріплюється якась, як правило, одна ознака, яка в певних типах дискурсів, мовленнєвих жанрів, повідомлень тощо може виходити на передній план, відтісняючи інші, й презентувати об'єкт у його цілісності. Ця ознака, як правило, етнічно або регіонально обмежена; в іншій культурі чи іншому регіоні вона може бути незрозумілою, чужою.

Стереотипи виникають у процесі поточної категоризації світу і можуть суттєво відрізнятися від елементів наукової категоризації, формуючи разом з іншими чинниками відмінності між мовною і науковою картинами світу.

Вони є складовою значення слова, виразу в межах певної культури. Ознаки, взяті за основу стереотипу, можуть виявлятися в певному комунікативному акті, тобто постають як важливі чинники комунікативного смислу слова.

Стереотипи виникають у процесі постійного спілкування членів суспільства, етнокультурної спільноти і закріплюються в її межах, тобто відбувається стереотипізація.

*Стереотипізація* — процес закріплення у свідомості носіїв ідіоетнічної мови і культури однієї чи кількох ознак, які характеризують предмет або явище в їх загальності (тотальності).

Показниками стереотипізації є:

— повторюваність характеристики певного об'єкта в різних типах дискурсів;

— наявність дериватів (лат. *derivatus* — відведений, похідне від первісного), у семантиці яких ця характеристика повторюється або навіть стає провідною; наприклад, *свиня* у свідомості певних етносів (українського зокрема) асоціюється з фізичним і моральним брудом (*брудний, як свиня; свинський вчинок*), а тому в семантиці деривата *свинство* ця ознака домінує;

— наявність тропів, в основі яких — саме ця ознака (*Іван виявився свинею*);

— наявність фразеологізмів, у складі яких є це слово (*підкласти комусь свиню*);

— наявність паремій (різноманітних усталених виразів — від фразеологізмів до прислів'їв і приказок), в яких «обігрується» саме ця ознака (*пусти свиню під стіл, то вона вилізе на стіл*).

На основі стереотипізації виникла велика кількість національно-культурно зорієнтованих образів — космічних, земних, різноманітних стихій, звірів, птахів, рослин тощо. Важливим з точки зору МКК є те, що вона поширюється на сприйняття етносів і, відповідно, впливає на формування ставлення до них у процесі соціалізації. При цьому помітна така тенденція: автостереотип етносу завжди загалом позитивний; стереотип сусідніх етносів негативний; чим далі проживає інший етнос, тим позитивніший (або нейтральніший) його стереотип у свідомості носіїв певної культури.

*Етнічний стереотип* — спрощений, схематизований, емоційно забарвлений і стійкий образ певної етнічної спільноти, який характеризує всіх представників цієї спільноти.

Етнічний стереотип не можна ототожнювати з національним.

*Національний стереотип* — образ, який, позначаючи етнічну або національну групу, передбачає наявність певної риси у всіх її представників.

Автостереотип росіян досліджувала в 1997 р. В. Куніцина (цифри у відсотках): добрий — 33; лінивий — 26; гостинний — 25; розумний — 24; веселий — 16.

Основні риси росіян в автостереотипі представлені так: щедрий, відкритий, наївний, широкої душі, любить випити.

Деякі інші етноси очима росіян:

1) працьовитий: японець — 34,5; естонець — 19; українець — 18; татарин — 10; поляк — 8; американець — 5; (6) ледачий: росіянин — 26; поляк — 8; українець — 5.

2) добрий: росіянин — 33; поляк — 15; українець — 12; грузин — 9; татарин — 5; (6) злий: татарин — 5; естонець — 4.

3) розумний: японець — 37; росіянин — 24; татарин — 10; поляк — 8,5; американець — 7; француз — 7; грузин — 6; естонець — 5,5; українець — 4.

Стереотипи етносів з плином часу можуть змінюватися, а можуть стати основою етнічних упереджень.

*Етнічне упередження* — необґрунтоване негативне ставлення до інших етносів, яке виявляється в комунікації і не змінюється навіть за наявності переконливих свідчень того, що висловлене у спілкуванні судження про конкретний етнос або його окремого представника як носія певної культури несправедливе, помилкове.

Етнічні упередження часто використовують політичні демагоги, створюючи штучний образ зовнішнього ворога, протидія якому, як вони стверджують, консолідує етнос. Насправді це відвертає увагу від істинних винуватців того стану, в якому даний етнос перебуває. Тому важливе значення мають різноманітні заходи (прямі контакти носіїв різних мов і культур, дні науки і культури, виставки, концерти, вивчення мов, безпосереднє перебування в середовищі іншої культури тощо), які допомагають позбутися етнічних упереджень, знівелювати негативні стереотипи.

Отже, в мові будь-якого етносу наявна значна кількість національно-культурних символів і стереотипів. Їх знання, уміння використовувати — необхідна умова успішного спілкування з носіями різних мов і культур.

## Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету. Комунікативні табу

**Сутність мовленнєвого етикету.** У мовленні кожної людини, в арсеналі її комунікативних засобів значну роль відіграє мовленнєвий етикет.

*Мовленнєвий етикет* — система стандартних, стереотипних словесних формул, вживаних у ситуаціях, що повторюються повсякденно: вітання, прощання, вибачення, запрошення, побажання тощо.

Ці формули у процесі мовлення не створюються, а відтворюються в типових комунікативних ситуаціях, що полегшує спілкування.

Попри шаблонність етикетних фраз і почасти ритуальний характер їх уживання, мовленнєвий етикет має важливе значення для життєдіяльності суспільства і для функціонування мови. Саме в ньому найпомітніше виявляється стан мовної культури, духовні вартості, етичні орієнтації суспільства, характер взаємин між людьми. Це та сфера мови й культури, до якої мають причетність усі члени суспільства, на яких соціальних щаблях вони б не перебували.

Часто мовленнєвий етикет, культура спілкування впливають на поведінку співрозмовників більшою мірою, ніж предметний зміст мовлення. Етикетність спілкування полягає не тільки в нормативному застосуванні формул етикету в стандартних ситуаціях. Вона охоплює комунікативну поведінку людини загалом. Тому етикетність мовлення іноді називають *куртуазністю* (франц. *courtois* — витончений, люб'язний) людського спілкування. Адже і за межами етикетних ситуацій вербальне (і невербальне) мовлення може мати прикмети, які засвідчують ввічливість, тактовність, доброзичливість у ставленні до адресата, або створювати про мовця враження невихованого, нетактовного, грубого.

Етикет спілкування — явище загальнолюдське. Водночас йому притаманні етнічні особливості, національна своєрідність. Це спричинено, з одного боку, специфікою природно-кліматичних умов, способами господарювання, контактами з іншими народами, впливом релігії, рівнем культурно-цивілізаційного розвитку тощо, а з іншого — вдачею, темпераментом, ментальністю, національним характером народу. Наприклад, мовленнєвий етикет українців свідчить про їхню побож-



ність, шану до батьків, до жінки, демократизм, емоційність, естетизм, делікатність тощо.

У зв'язку з ідіоетнічністю мови навіть між, здавалося б, цілком однаковими за значенням етикетними словами і виразами різних мов немає повної еквівалентності. Американський письменник М. Вілсон, зіставляючи англійську і російську мови, зауважує: «Насправді *пожалуйста* так само подібне на *please*, як фраза *Я кохаю вас, моя любя*, на фразу *Одружимося!*».

Мовленнєвий етикет моделює поведінку людини — спонукає її у певній ситуації поводитись у відповідний спосіб. Наприклад, нікому б не спало на думку перейти з кимось на «ти» або ображатися, якщо хтось це зробив, якщо б в українській мові не існувало пошанного «Ви» у звертанні до однієї й тієї ж особи. Проблемою є, як саме звернутися до особи жіночої статі, розмовляючи, наприклад, французькою мовою: *madame* (до одруженої) чи *mademoiselle* (до не одруженої). У японській, корейській, в'єтнамській та деяких інших мовах Південно-Східної Азії є не два (ти — Ви), а більше ступенів етикетності. Той, хто говорить, змушений щодо співрозмовника і щодо себе самого обирати відповідні слова та граматичні форми, наприклад, один із 12 займенників, які існують у японській мові на позначення першої особи (в українській мові лише один «я»). Іноземцям японці іноді видаються людьми байдужими, неуважними і навіть неприязними у ставленні до незнайомих. Насправді ж вони, не бажаючи помилитись у визначенні мовленнєво-етикетної позиції, не вступають у контакт, бо не знають, як поводитись із людьми, про яких не мають необхідної інформації.

Стратегії ведення етикетної комунікації теж національно-культурно обумовлені. Так, українцю, наприклад, дивною видається заборона на розпитування про дружину, її здоров'я, успіхи, а також про дітей у розмові між чоловіками-адигами. Це свідчення того, що східні слов'яни менше схильні, ніж на Заході та в деяких культурах Сходу, відокремлювати особисту сферу від суспільної. Сучасний німецький дослідник С. Гюнтер, який тривалий час спостерігав за мовленнєвими стратегіями китайців та німців під час переговорів, зауважив, що китайські партнери перед офіційною частиною переговорів, бажаючи показати, що їх партнери їм не байдужі, запитували: «Ви одружені? Чи є у вас діти? Скільки ви заробляєте?» тощо, чим, на думку німців, вони вторгалися в недоторкану для західноєвропейця сферу особистого життя.

Для вираження і сприйняття категорії ввічливості важливо, в яких формах вона втілюється: в прямих чи непрямих мовленнєвих актах. Так, голландський дослідник П. ван дер Війст пише про труднощі, які часто мають місце у голландсько-французьких переговорах: голландці формулюють свою позицію і свої пропозиції прямо, не вдаючись до стратегій ввічливості; французи ж, навпаки, використовують значний набір таких стратегій. Тому французи часто розцінюють комунікативні стратегії голландців як неввічливі, непродумані, спонтанні, «діяння в лоб» тощо.

Немає в голландському діловому мовленні і звороту «будь ласка»; на німців це справляє враження невихованості. Насправді це лише свідчення того, що в процесах міжкультурної комунікації мовці підсвідомо використовують моделі спілкування, притаманні їхній культурі.

Етикетні особливості мовлення носіїв різних культур змінюються в часі. Так, етикетність поведінки сучасних китайців у ситуації «гість — господар» має свої особливості: вони надзвичайно гостинні, але сучасна етикетність суттєво змінилася порівняно з етикетністю давніх китайців:

«Гість повинен був обов'язково принести господарю подарунок, причому останній залежав від рангу господаря (наприклад, шидайфу 'вченому' потрібно було приносити фазана). На стук гостя до воріт виходив слуга і, дізнавшись про мету візиту, говорив: «Мій господар не сміє Вас прийняти. Ідіть додому. Мій господар сам навідається до Вас». Говорячи це, слуга повинен був кланятися і тримати руки перед грудьми. Відвідувач, також тримаючи руки перед собою і нахиливши голову вперед, повинен був відповісти: «Я не смію завдавати клопоту Вашому господареві. Дозвольте мені зайти і вклонитися йому». Слуга повинен був відповісти так: «Це занадто велика честь для мого господаря. Вертайтеся додому. Мій господар негайно прийде до Вас». Перша відмова прийняти гостя мала назву «церемоніальної промови», друга — «настійливого мовлення». Після неї гість повинен був знову повторити свої наміри. Слуга, вислухавши гостя втретє, йшов до господаря і, повернувшись, говорив: «Якщо Ви не приймаєте нашу настійливу відмову, мій господар негайно вийде до Вас. Але подарунок господар не сміє прийняти». Тоді гість повинен був тричі відмовитись від зустрічі з господа-

рем, якщо його подарунок не приймуть. Тільки після цього господар виходив за ворота і приймав гостя» (Национально-культурная специфика общения народов СССР. — М.; 1977).

У північноамериканських індіанців цілком протилежна етикетна ситуація: можна прийти до сусіда, мовчки попалити люльку і піти: комунікація відбулася. В європейській культурі фатичне спілкування, як правило, заповнене мовленням.

**Комунікативні табу.** Важливою складовою національної (етнічної) етикетизації спілкування є комунікативні табу.

*Комунікативне табу* — мовні, тематичні та контактні заборони у спілкуванні.

*Мовні табу* — це заборона вживання у мовному спілкуванні носіїв певної культури окремих слів і словосполучень. *Тематичні табу* — повна заборона для окремих осіб у конкретних ситуаціях спілкування розмов на певну тематику. *Контактні табу* — це заборона на будь-які форми міжособистісного спілкування.

Серед мовних табу найпоширенішими є заборони на вживання нецензурних та матірних слів. Але в різних культурах спостерігаються також заборони на вживання певних імен і термінів спорідненості. Наприклад, в адигейців існує заборона на вживання у розмові власних імен людей, «які приносять нещастя» (злих, заздрісних, невдах тощо). За ними закріплений загальник *ц|зими|уз* 'той, кого не називають'. У них існує також складна техніка називання родичів. Наприклад, невістка не може звертатись по імені до членів родини чоловіка. До свекрухи вона звертається *Нанэ, Гуаш-нанэ* 'княгиня'; до свекра їй взагалі заборонено звертатись, а в розмові про нього з іншими особами вона повинна називати його *Дадэ* 'дідусь', *Дадэжь, Дипц* — 'князь', 'наш князь'.

Прикладом заборон тематичного табу є ситуація у черкесів: не можна три дні розпитувати свого гостя, хто він, звідки, куди йде, тощо: необхідно спершу надати йому почесні як гостю. У черкесів-чоловіків не прийнято розпитувати про їхніх дружин і дітей.

У народів Кавказу, в багатьох племенах американських індіанців частково збереглися контактні табу. Так, в адигейців тривалий час, навіть 2—3 роки, ніхто не повинен бачити разом чоловіка і жінку; чоловіки в присутності батька або інших старших осіб не розмов-

ляють зі своїми дітьми, не беруть їх на руки тощо; свекор і невістка можуть роками не сказати один одному жодного слова, у той час як із свекрухою невістка розмовляє відразу; чоловік декілька місяців після весілля не зустрічається з родичами жінки. У сучасних умовах подібні табу вже рідкісні.

Отже, мовний етикет, попри наявність спільних структурних елементів у багатьох етносів (формули вітання, прощання, висловлювання співчуття тощо), має національно-культурну специфіку. Знання цієї специфіки — важлива складова комунікативної компетенції носія інших культурно-мовних традицій, необхідна умова успішної міжкультурної комунікації.

### Національно-культурна специфіка максим спілкування

Етнічно і культурно обумовленими є не лише засоби мовного коду, а й елементи комунікативного кодексу, передусім дискурсивні максими, а також стратегії й тактики ведення міжособистісного спілкування.

Конверсаційні максими спілкування як обов'язкові складові комунікативного кодексу, на перший погляд, є універсальними, такими, що характеризують будь-яке мовлення. Йдеться про максими кількості (повідомлення достатньо інформативне), якості (правдиве), модальності (чітке й однозначне), релевантності (повинно нести важливу для адресата інформацію), етикетності (повинно не зачіпати особистісної сфери адресата, а також підтримувати позитивний імідж адресанта) та ін. Однак деякі з цих максим порушуються залежно від національно-культурних чинників. Чи не найбільшою мірою це стосується максим кількості. Наприклад, підприємець із Таїланду пише своєму західному партнерові ділового листа з проханням надіслати каталог його фірми і починає листа з повідомлення про свою освіту і статус. З точки зору західного партнера він повідомляє зайву інформацію; з точки зору тайської культури ця інформація вкрай необхідна для успішного ділового спілкування. Чи, наприклад, данський партнер вважає за необхідне детально проінформувати німецького партнера про історію розвитку своєї фірми, перш ніж сформулювати конкретну мету звернення, наприклад, запропонувати товар, причому зробить це з позиції продавця. Ні-



мецький же бізнесмен іде безпосередньо до своєї мети, характеризуючи переваги свого товару і послуг мовою потенційного споживача і виходячи з того, що його інтереси найважливіші.

Отже, максима кількості є культурно обумовленою, не втрачаючи при цьому своєї актуальності для самого процесу комунікації. Річ лише в тім, як у певній культурі розуміють максиму «кількість необхідної інформації».

У ділових листах голландських бізнесменів значна частина інформації подається імпліцитно. Це часто витлумачується німецькими колегами як нещирість, нечесність. Вони вважають, що порушується максима модальності.

У міжкультурній комунікації часто стикаються різні принципи організації писемного дискурсу, оскільки використовуються різні мовленнєві стратегії для подання нової інформації. Західні партнери часто скаржаться на те, що їм важко сприймати стиль ділового спілкування представників східних країн, наприклад китайців. Вони, мовляв, у розмові «ходять манівцями», їхні повідомлення нелогічні тощо. Сучасний американський дослідник Р.-В. Каплан запропонував схеми дискурсивного стилю китайців та англіїців (рис. 4.1).

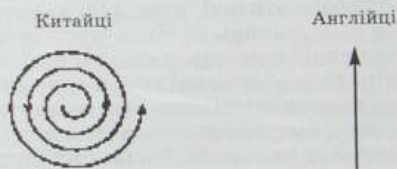


Рис. 4.1. Схеми дискурсивного стилю

З позицій китайських культурних традицій саме їхній стиль ділового дискурсу (поетапне введення нової інформації та уникання прямих формулювань) допомагає запобігати зіткненням під час переговорів і дає змогу партнерам «зберегти лице». Замість жорсткого і тому, з китайської точки зору, грубого і некрасивого «ні» китайці віддають перевагу тактиці вичікування за чайним столом, допоки хтось із партнерів не втратить терпіння і не поступиться.

## Невербальні особливості міжкультурної комунікації

Ідіоетнічне, культурно обумовлене у спілкуванні людей стосується мовного коду, соціальних ролей, гендерних, вікових особливостей, ситуативних аспектів тощо. Зовнішні особливості комунікації, зокрема темп мовлення, різноманітні ритуали привітань і прощань, відстань між мовцями, паралінгвістичні засоби, які супроводжують комунікацію, тощо, великою мірою етнозорієнтовані. Це слід мати на увазі в міжкультурній комунікації, оскільки вони можуть стати причиною комунікативних невдач, провалів у спілкуванні, «культурного шоку» або непорозумінь, на подолання яких потрібен певний час і зусилля. Іноді звертання на «ти» замість «Ви» може глибше вразити співрозмовника, аніж будь-яка граматична помилка.

У межах культури певної спільноти невербальні елементи комунікації мають не менш важливе значення, ніж вербальні. Навіть, здавалось би, нейтральний елемент людської життєдіяльності — стиль ходіння — відрізняє осіб різних культурних спільнот. В. Ла Барр зазначає: «...жителі Бенгалії ходять інакше, ніж жителі Пенджабу: бенгальці високо піднімають ноги, сильно згинають лікті й коліна при ходінні; пенджабці ходять, тримаючись дуже прямо, як ляльки, все тіло у них скуте при ходінні. Південні китайці ходять інакше, ніж сингалезці, хоча ті й інші ходять босоніж; американські індіанці значно відрізняються ходінням від американців не індіанського походження...».

Відстань під час спілкування між мовцями теж є культурно значущою. Так, американці часто скаржаться, що араби підходять до них занадто близько при розмові; англійці, у свою чергу, вважають, що американці стоять занадто близько до співбесідника, говорять надто голосно і не дивляться співбесіднику в вічі. Більшість європейців під час особистого спілкування стоять значно ближче один до одного, ніж це прийнято, наприклад, у японців, китайців, австралійців. У японців узагалі відстань між мовцями повинна бути не менше 1,5 метра. Тому пересічні носії японської культури можуть сприймати європейців як нахаб, а європейці японців — як холодних і бундючних людей.

Носії культур Південно-Східної Азії не дивляться у вічі співрозмовникові, оскільки в їхній культурі це є

проявом неповаги до співбесідника. Не знаючи цієї особливості, європейці вважають азіатів хитрими і нечесними. Данці звикли затримувати погляд на співбесідникові довше, ніж це прийнято в англійців, тому англійці вважають їх невихованими, а данці сприймають англійців холодними і недружелюбними: саме цим вони пояснюють швидке відведення погляду англійцями.

Комунікативно значущими є також сила голосу, темп мовлення, якими відрізняються різні культури. Голосно розмовляють представники південноєвропейських країн і при цьому активніше жестикулюють. Така манера комунікації особливо притаманна циганам. У людини іншої культури складається враження, що цигани постійно сваряться, а насправді вони нормально спілкуються. Темп мовлення північноєвропейських народів (шведи, фіни, норвежці, данці) значно повільніший, ніж у південноєвропейських народів (італійці, іспанці, французи, греки, турки). Відповідно, наприклад, у данців сформувався стереотип французів та італійців як нечемних і невихованих людей, які не розмовляють, а «стріляють з кулемета».

Щодо симптомів, то вони закладені в людині від народження (червоніти, бліднути, сміятися, стискати зуби тощо). Однак у різних культурах вони різні. До того ж симптоми можуть уживатися для маскування істинних намірів, почуттів тощо. Тому представник іншої культури може бути глибоко вражений, а часом і шокований у певній ситуації. Наприклад, у книзі «Гілка сакури» журналіст-міжнародник В. Овчинніков згадує, як після смерті свого японського знайомого він навідав вдову. Вона зустріла його у розкішному білому одязі з радісною усмішкою на устах. Це шокувало журналіста, який знав, як вона кохала і поважала свого чоловіка. Лише з часом, вивчивши національно-культурні звичаї японців, журналіст зрозумів, що він зіткнувся не з виявом байдужості, а з дотриманням національно-культурних традицій: білий одяг в Японії є символом смерті й трауру; за будь-яких обставин господаря повинна зустрічати гостя з усмішкою.

Як і значення слів будь-якої ідіоетнічної мови, паралінгвістичні засоби мають національні особливості. Тобто жести, міміка, постави тіла, вирази обличчя тощо національно-культурно обумовлені.

*Жести при прощанні та зустрічі.* Українці та представники багатьох інших етносів, прощаючись, махають рукою так, що долоня повернута від себе і кисть руки рухається вперед і назад; англійці хитають кистю руки з боку в бік; італійці рухають кисть руки, як і українці, але повернутою до себе долонею; українець цей жест може «прочитати» як «іди сюди!», тобто існує можливість комунікативного непорозуміння; чоловіки-адигейці, зустрічаючись один з одним, піднімають підборіддя догори; в українській культурі це може бути витлумачене як вияв погорди.

Специфічним є привітання у німців — постукування пальцями по столу, за яким сидять друзі або добрі знайомі. Зустрічаючи викладача, німецькі студенти можуть ще тупотіти ногами (на знак доброго до нього ставлення). А шаркання ногами — це знак несхвалення, несприйняття лектора.

*Жести вираження власної оцінки того, що відбувається.* Американський жест пальцями «О'кей» означає «усе в порядку», «добре». Цей самий жест для француза означає «нуль», щось непотрібне, цінність якого нульова; для японця — «гроші»; для мальтійця — це сексуальна образа, натяк на нетрадиційну сексуальну орієнтацію. Жест великим пальцем в українській та інших культурах означає «все чудово». Однак для більшості європейців — це «перший номер», початок рахунку до п'яти, тобто від великого пальця до мізинця правої руки. Українці, як правило, рахують на пальцях лівої руки, починаючи з мізинного. На Заході для одиниці використовують вказівний палець, а п'ятірку символізує великий. Для північного грека піднятий великий палець є образою і означає щось приблизно «А пішов ти ...!».

Отже, такі «універсальні» ознаки міжособистісного спілкування, як максими, а також невербальні засоби комунікації є національно зумовленими. Знання їх специфіки і правил використання в межах певної культури — важлива умова успішної міжкультурної комунікації. Чим більше людина знатиме про правила мовної та комунікативної поведінки носіїв іншої мови і культури, тим ефективніше зможе спілкуватися з ними, використовуючи різноманітні мовні засоби, прийняті в іншій культурно-мовній спільноті. Без уміння розуміти і поважати чужі звичаї неможливо жити в сучасному світі, в якому спілкування людей різних країн і континентів стає все тіснішим і активнішим.



**Запитання. Завдання**

1. У чому сутність міжкультурної комунікації? Сформулюйте основні проблеми МКК.
2. На які аспекти міжособистісного спілкування мають вплив національно-культурні чинники?
3. Визначте роль мови і культури в процесах соціалізації людини.
4. Охарактеризуйте універсальні та ідіоетнічні складові МКК.
5. Яка роль національно-культурних символів і стереотипів у процесах МКК?
6. Окресліть межі впливу національно-культурних стереотипів на формування етнічних упередженостей.
7. У чому виявляється національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету?
8. Охарактеризуйте типи комунікативних табу.
9. Як виявляється національно-культурна специфіка максим спілкування?
10. Вкажіть параметри вияву вербальних і невербальних особливостей МКК.
11. Охарактеризуйте особливості комунікативної поведінки українців.

# 5.

## Аналіз комунікативних ситуацій

*Люди у спілкуванні виявляють себе як особистості. Вони «пред'являють» один одному свої «комунікативні паспорти», «зміст» яких свідчить про рівень інтелекту, культури, виховання, загального розвитку тощо. Це стосується передовсім персонажів художніх творів, спілкування котрих підлягає законам естетичної комунікації. Майбутнім учителям рідної та іноземної мов необхідно володіти практичними навичками аналізу комунікативних ситуацій, у яких виявляються характери героїв художніх творів, які визнають прецедентними для певної культури і вивчаються в школі. Навички й уміння професійного аналізу спілкування вкрай необхідні викладачам вищих і середніх спеціальних закладів.*

### Комунікативний паспорт учасників спілкування

Уміння аналізувати комунікацію, давати оцінку її учасникам, бачити за словами істинні наміри людини, визначати («читати») характери особистостей, з якими спілкуєшся, — необхідна умова плідного, творчого співжиття будь-якої освіченої людини з іншими людьми. Аналіз комунікативної поведінки персонажів художніх творів і вміння навчити цьому мистецтву школярів — важлива складова фахової підготовки вчителя-словесника.

Аналіз ситуацій міжособистісного спілкування — це насамперед аналіз комунікативної поведінки учасників

спілкування (поняття «комунікативна поведінка» у лінгвістичний обіг запровадив Й. Стернін).

*Комунікативна поведінка* — поведінка індивіда в процесах спілкування, яка регулюється комунікативними нормами і традиціями, яких він як учасник спілкування дотримується.

Виокремлюють комунікативну поведінку особистості, соціальної, професійної, гендерної, вікової груп, а також етнічну (національну). Без урахування комунікативної поведінки неможливо визначити комунікативний паспорт людини.

*Комунікативний паспорт людини* — комплексна інформація, яку особа підсвідомо, «автоматично» повідомляє про себе різними засобами: мовного коду, паралінгвістичними, використанням правил, законів, максим, конвенцій тощо — іншим учасникам спілкування і тим, хто за цим спілкуванням спостерігає.

Важливою складовою комунікативного паспорта людини є мовленнєвий паспорт.

*Мовленнєвий паспорт людини* — інформація, яку особа підсвідомо повідомляє про себе в комунікації засобами мовного коду.

Вслухаючись у мовлення людини, можна визначити її стать, вік, звідки вона родом — із села чи міста, рівень її емоційності, фізичний стан, сферу її діяльності, що вона робить у даний момент, тощо. Заовленням людини можна визначити, з якої країни чи регіону. Мовленнєвий паспорт індивіда свідчить про рівень його освіти, загальної культури, виховання, формує враження про людину в комунікації тощо. Якщо співбесідник бездоганно володіє всіма складовими комунікативного кодексу, дотримується правил мовленнєвого етикету, вміє впливати на учасників комунікації в стандартних і нестандартних ситуаціях, то він справляє позитивне враження, з ним хочуть спілкуватися, готові допомогти, виконати його прохання, звернутися до нього по допомогу тощо. Саме таких неперевершених співбесідників називають «гросмейстерами спілкування».

Для ефективної комунікації необхідне володіння законами комунікативного кодексу в будь-яких умовах і ситуаціях спілкування, а це передбачає комунікативну грамотність.

*Комунікативна грамотність* — сукупність комунікативних знань, умінь і навичок людини, які дають змогу їй ефективно спілкуватися в усній і писемній формах; знання законів, правил і засобів ефективної усної та писемної комунікації.

Комунікативна грамотність має два рівні:

1. Знання і застосування норм усного і писемного спілкування, прийнятих у суспільстві для стандартних комунікативних ситуацій, що передбачає відповідь на запитання «як потрібно, як прийнято спілкуватись».

2. Знання і застосування правил і засобів ефективної комунікації в стандартних комунікативних ситуаціях, що передбачає відповідь на запитання «як краще, як ефективніше спілкуватись».

Комунікативна грамотність — це, власне, володіння технікою ефективного і куртуазного (ввічливого) спілкування; володіння відповідними до ситуації штампами, комунікативними стереотипами, стратегіями і тактиками спілкування, у яких можливе також застосування нетрадиційних комунікативних ходів, прийомів тощо.

Отже, складовими комунікативного паспорту учасників спілкування є:

- власне комунікативна поведінка учасників спілкування;

- уживання засобів мовного коду;

- уживання паралінгвістичних, інтонаційних та інших засобів, які супроводжують елементи мовного коду;

- ситуативні чинники, у межах яких розгортається комунікація.

Спілкуючись з іншими людьми, особа автоматично, підсвідомо демонструє їм свій комунікативний паспорт. Ознайомлення з комунікативним паспортом співрозмовника — важлива умова кооперативного спілкування, нормального плину комунікації.

### Комплексний комунікативний аналіз і його складові

Комплексний аналіз комунікативних ситуацій можна здійснювати двома способами: аналіз відеофрагментів спілкування і аналіз текстових фрагментів. Безперечно, аналіз відеофрагментів дає змогу глибше вивчити конкретну ситуацію спілкування завдяки повторному перегляду комунікативної поведінки його учасників. Водночас потребують аналізу й прецедентні тексти певної культури.

**Аналіз текстових фрагментів.** Комплексний аналіз комунікативної поведінки персонажів художніх творів певною мірою редукований, оскільки досліднику важко



відтворити деталі ситуації спілкування, паралінгвістичні засоби, які використовують учасники комунікативного акту, постави їх тіла, інтонацію та інші складові комунікації, які несуть важливу інформацію про внутрішній світ людини, його психічні, ментальні, фізичні стани тощо. Водночас у ремарках або розлогих описах можливо передати душевні порухи персонажів, найдрібніші деталі їхньої мовленнєвої поведінки.

Аналіз комунікативних ситуацій слід робити в певній послідовності за певною схемою:

I. Контекст і ситуація спілкування:

— місце і час спілкування; їх вплив на перебіг інтеракції;

— характеристика каналів комунікації;

— комунікативний шум і його вплив на спілкування;

— зворотний зв'язок і засоби його підтримування.

II. Комунікативна поведінка учасників спілкування (комунікативний паспорт персонажів):

1. Виявлення комунікативної мети кожного з учасників спілкування. Чи змінюється впродовж інтеракції мета спілкування? Якщо так, то в чому причина?

Персонаж А;

Персонаж Б.

2. Аналіз комунікативної ініціативи учасників спілкування:

Персонаж А;

Персонаж Б.

3. Аналіз комунікативних стратегій персонажів. Міра гнучкості стратегій:

Персонаж А;

Персонаж Б.

4. Оцінка учасниками стратегії один одного (якщо така оцінка наявна).

5. Виявлення тактик комунікативної поведінки учасників спілкування. Типи тактик. Зміна тактик (якщо це спостерігається).

6. Характеристика соціальних і комунікативних ролей, які реалізуються персонажами у фрагменті, який аналізують. Чи змінюються комунікативні ролі учасників спілкування?

7. Виявлення прихованих ролей (комунікативних позицій) учасників спілкування (із застосуванням транзакційного аналізу Е. Берна):

Персонаж А;

Персонаж Б.

8. Аналіз виявлених прийомів впливу на співбесідника. Чи беруться до уваги вік, освіта, стать, поточний стан свідомості тощо:

Персонаж А;

Персонаж Б.

9. Характеристика типів спілкування персонажів фрагмента твору, який аналізують (відкрите/закрите, ініціативне/примусове, офіційне/неофіційне, етикетне/розкуте, конфліктне/кооперативне тощо). Чи змінюється тип спілкування у процесі інтеракції?

Персонаж А;

Персонаж Б.

10. Аналіз складових комунікативного кодексу кожного учасника спілкування (орієнтація на певні правила, максими, конвенції спілкування). Засоби мовного етикету:

Персонаж А;

Персонаж Б.

11. Виявлення дії загальних законів спілкування.

Персонаж А;

Персонаж Б.

III. Аспекти мовного коду в комунікації (мовленнєвий паспорт персонажів):

1. Найчастотніші типи мовленнєвих актів:

Персонаж А;

Персонаж Б.

2. Мовленнєві жанри, яким віддають перевагу учасники спілкування:

Персонаж А;

Персонаж Б.

3. Дотримання норм культури мовлення учасниками спілкування:

Персонаж А;

Персонаж Б.

4. Типи мовленнєвих помилок в ідіостилі учасників спілкування:

Персонаж А;

Персонаж Б.

5. Чи наявні засоби непрямого спілкування? Інтерпретація учасниками комунікації непрямого смислу повідомлень:

Персонаж А;

Персонаж Б.

6. Аналіз риторичних аспектів спілкування: вживання слів у прямих і переносних значеннях, образність, тропи і фігури мовлення тощо:

Персонаж А;

Персонаж Б.

7. Засоби мовного етикету:

Персонаж А;

Персонаж Б.

IV. Роль паралінгвістичних засобів спілкування:

1. Регістрові характеристики.

2. Тональність спілкування.

3. Атмосфера спілкування.

V. Висновки. Характеристика спілкування загалом, а також комунікативних позицій персонажів: у кого вони сильніші, у кого слабші; як вони змінюються у процесі спілкування; хто повніше досягає предметних і комунікативних цілей; хто ефективніше використовує засоби комунікативного кодексу; хто завоював комунікативну ініціативу, а хто її втратив тощо.

Наведена схема може бути доповнена іншими пунктами, пов'язаними з комунікативними паспортами учасників спілкування і співвіднесена з лінгвістичним та літературознавчим аналізом тексту (дискурсу), художнього твору.

Практичне застосування запропонованої схеми продемонструємо на прикладі аналізу двох комунікативних ситуацій, які відрізняються своєю структурою, складністю взаємодії персонажів та іншими чинниками: фрагмента п'єси І. Карпенка-Карого «Мартин Боруля» (дія 2, ява 2) і фрагмента спілкування маршалка Брикальського та адвоката Євгенія Рафаловича із повісті Івана Франка «Перехресні стежки» (розділи XXIII—XXV).

# ФРАГМЕНТ 1

*(Мартин Боруля сидить у своїй кімнаті. Входить його дружина Палажка).*

Палажка. Чого це Гервасій і Матвій заходили?

Мартин. Гервасій свата нашу Марисю за свого Миколу.

Палажка. От і слава богу! Я рада, що такого зятя мати буду: поштивий, добрий і хазяйський син.

Мартин. І хлоп.

Палажка. Такий, як і ми.

Мартин. Дурна!

Палажка. Сам ти дурний! Чого лаєшся? Що ж ти маєш проти Миколи?

Мартин. Сліпа!

П а л а ж к а. Тьфу! То тобі, мабуть, повилазило.

М а р т и н. Глуха.

П а л а ж к а. Отже, ей-богу, так і вчеплюся у чуприну, як будеш лаяться!

М а р т и н (набик). Чого доброго, вчепитися! Це буде не по-дворянськи. (До Палажки.) Не сердься, Палазю, а скажи мені: ти бачила ту бумагу, що Степан привіз?

П а л а ж к а. Бачила.

М а р т и н. І чула, що він читав у бумазі?

П а л а ж к а. Чого ти причепився до мене? Не балакай навтямки; кажи товком: чи віддамо Марисю за Миколу? Не мороч мене.

М а р т и н. Діло шість місяців в герольдії, не сьогодні-завтра утвердять в дворянстві, а я дочку віддам за мужика!.. Що ж я, з глузду з'їхав. Чи як?

П а л а ж к а. Здається мені, що з'їхав: не велиш ні мені, ні дочці робить, сам не робиш, понаймав наймитів, найми-чок, хазяйство псується...

М а р т и н. Палазю! Дворянин — одно, хлоп — друге!.. Може, ти цього не розумієш, то я тобі ясніше скажу: сметана — одно, а кисле молоко — друге! О! Розумієш?

П а л а ж к а. Одно розумію, що ти стерявся розумом.

М а р т и н. О господи, о господи! Нащо ти мене довів до того, що я одружився з простою мужичкою! Нічого не тяме — як до пенька балакаєш. І казав же покійний папінька: «Женись, сину, на шляхтянці». Ні, таки погнався за чорними бровами! От і дожив: брови злиняли, а гонору як не було, так і нема!

П а л а ж к а. Божевільний! Ей-богу, божевільний! Ти б друку напився.

М а р т и н. Що ти з нею будеш балакати?.. Хіба тобі краще буде бачити свою дочку за репаним мужиком Миколою, ніж за губернським секретарем-регістратором? Краще? Кажи!

П а л а ж к а. А де ж він у біса, той ... ростератор?

М а р т и н. Регістратор.

П а л а ж к а. Та не вимовлю.

М а р т и н. Ото-то ж бо й є! Приїде, душко, приїде! Про нього ж я й казав Степанові на од'їзді, чула?

П а л а ж к а. То чом же ти мені не сказав? А то: і сліпа, і глуха — тільки роздратував мене... Ну, а Марися?.. Ти ж її питає, — може, вона не схоче?

М а р т и н. І питає не буду, нащо питає? Вона не дурна, в ній батькова кров, розбере, не бійсь, де пан, а де мужик!

П а л а ж к а. Дай боже! Хіба я їй ворог?

М а р т и н. І я не ворог своїм дітям, хочу обох дітей пристроїть по-дворянськи!.. Тільки ти, Палазю-душко, зділай милість, не супереч мені, слухай мене.

П а л а ж к а. Не дратуй мене, то все буду робить, як звелиш.

М а р т и н. Ну, годі! Сідай, душко! Омелько привезе самувар, чаю, сахарю і ... кофію. Чай я пив і знаю, як його настав-



ляють, то сам тобі розкажу; а кофію не знаю, як роблять. Піди ти зараз до Сидоровички — вона зна — і повчися у неї. І розпитай гарненько, як його роблять і коли його подають: чи до борщу, чи на ніч?

П а л а ж к а. А коли ж приїде жених?

М а р т и н. От Омелько привезе звістку, а може, й самого привезе, бо недурно ж його так довго нема, мабуть, задержав, поки з присутствія вийдуть.

П а л а ж к а. То я ж зараз і піду, бо, може, сьогодні й привезе.

М а р т и н. Іди, іди, душко! Та розпитай гарненько про всі звичаї і порядки дворянські.

Палажка пішла.

## Комунікативний аналіз фрагмента

### Загальні зауваження

Аналізований фрагмент комунікації умовно можна поділити на дві частини, які відрізняються стратегіями, тактиками, тональністю спілкування персонажів, їхньою комунікативною поведінкою. Перша частина — конфліктне спілкування; друга — кооперативне. Межею між ними можна вважати комунікативний хід, який починається реплікою Мартина «Що ти з нею будеш балакати».

### Контекст і ситуація спілкування

#### 1. Місце і час спілкування

Місце спілкування — кімната у домі Мартина Борулі. Час — друга половина дня. Ці складові не впливають на перебіг комунікації.

#### 2. Канали комунікації

Використовується єдиний канал — усний. Спілкування — безпосереднє, «обличчям до обличчя».

#### 3. Комунікативний шум

Вплив комунікативного шуму на перебіг інтеракції не відображений.

#### 4. Зворотний зв'язок

Чіткий, стабільний протягом усієї інтеракції, виявляється в комунікативних і мовленнєвих ходах персонажів.

## Комунікативний паспорт учасників спілкування

## 1. Мета учасників спілкування

П а л а ж к а:

Перша частина

предметна — дізнатись, чому Гервасій і Матвій заходили до Мартина;

комунікативна — переконати Мартина в доцільності видати Марисю заміж за сусідського хлопця Миколу;

Друга частина

предметна — дізнатись, коли приїде «благородний» жених і що потрібно зробити для його достойної зустрічі;

комунікативна — переконати Мартина у необхідності змінити стиль і тон спілкування з нею.

М а р т и н:

Перша частина

предметна — відповісти на запитання Палажки;

комунікативна — переконати Палажку в недоцільності шлюбу Марисі з Миколою.

Друга частина

предметна — використати Палажку в своїх цілях;

комунікативна — навести Палажку на думку про доцільність шлюбу Марисі з «благородним» секретарем-регістратором.

## 2. Комунікативна ініціатива

Упродовж усієї комунікації ініціатива належить Мартинові Борулі.

## 3. Комунікативні стратегії

Достатньо гнучкі, помітний рух від конфронтації до співробітництва. Стратегії Палажки — віддзеркалення стратегій Мартина. Основна комунікативна стратегія Мартина — підкорення Палажки своїй волі.

## 4. Оцінка комунікативних стратегій учасниками спілкування

Оцінка чітко виражена в першій частині фрагмента: обидва учасники спілкування негативно сприймають комунікативну поведінку партнерів. Так, Мартин вважає, що комунікативні стратегії Палажки негнучкі («Що ти з нею будеш балакати»). Палажка вважає комунікативні стратегії Мартина «темними», «випадко-

вими» («Не балакай невтямки», «кажи товком», «не мороч мене», «то чом ти мені не сказав...»).

#### 5. Тактики комунікативної поведінки

Перша частина

М а р т и н — тиск, грубощі, приниження партнера;

П а л а ж к а — оборона, грубощі, приниження партнера.

Друга частина:

М а р т и н — кроки до комунікативного «миру»: елементи аргументації, психологічного «погладжування», апеляція до інтересів доньки;

П а л а ж к а — сприйняття тактики комунікативного «миру» на ґрунті аргументів щодо інтересів доньки.

#### 6. Соціальні й комунікативні ролі учасників спілкування

Соціальні ролі однакові: учасники спілкування перебувають на одному щаблі соціальної ієрархії, є по-дружжям. Комунікативні ролі різні: Мартин поводить себе як людина, яка задає тон комунікативній ситуації; Палажка — виконує роль комунікативно залежного партнера.

#### 7. Комунікативні позиції партнерів

Перша частина (за винятком першої репліки)

М а р т и н — розмовляє з Палажкою з позиції Батько — Дитина.

П а л а ж к а — фактично перебуває в позиції ображеної Дитини, яка розмовляє з іншою Дитиною.

Друга частина

М а р т и н — зі значними зусиллями формально переходить на позицію Дорослий — Дорослий, фактично продовжуючи звертатись до Дитини.

П а л а ж к а — залишається в позиції Дитини, яка «торгується» з іншою Дитиною.

#### 8. Прийоми впливу на співбесідника

М а р т и н — прийоми емоційного впливу в першій частині неефективні. Елементи аргументації, переконання, психологічного «погладжування» («Палазю-душко») у другій частині виявляються ефективнішими.

П а л а ж к а — прийоми емоційної оборони в першій частині малоефективні. Непрямий вияв згоди з аргументами Мартина простежується в другій частині.

Оскільки персонажі — чоловік і жінка із значним сімейним стажем, чинники віку, статі, освіти тощо в цьому фрагменті не є комунікативно важливими. Поточний стан свідомості партнера обома учасниками спілкування не береться до уваги, що було причиною конфронтаційного спілкування в першій частині.

#### 9. Тип спілкування

Перша частина: відкрите, неофіційне, ініціативне, розкуте, конфліктне з боку обох партнерів.

Друга частина: відкрите, неофіційне, ініціативне, розкуте, кооперативне з боку обох партнерів.

#### 10. Складові комунікативного кодексу

##### *Перша частина:*

**М а р т и н** — порушує правила кооперативного спілкування, зокрема максими такту, обзиваючи Палажку дурною, сліпою, глухою, низько оцінює її здатності партнера в комунікації (*«Нічого не тяме — як до пенька балакаєш»*).

**П а л а ж к а** — порушує правила кооперативного спілкування, зокрема максими такту, обзиваючи Мартину дурним, божевільним, вживаючи погрози (*«Сй-богу, так і вчеплюсь у чуприну»*) тощо.

Друга частина: обидва партнери дотримуються правил кооперативного спілкування.

#### 11. Закони спілкування

**Закон дзеркального розвитку спілкування.** У першій частині Палажка у відповідь на грубощі Мартини сама починає лаятись.

**Закон залежності ефективності спілкування від рівня комунікативних зусиль.** Оскільки обидва партнери в першій частині не доклали жодних комунікативних зусиль для ведення кооперативного спілкування, воно виявилось абсолютно неефективним. У другій частині ефективність спілкування зростає.

**Закон мовленнєвого самовпливу.** Різкі емоційні висловлювання персонажів стосовно один одного у першій частині підсилюють їхні негативні емоції.

**Закон довіри до простих слів.** Палажка просить Мартину висловлюватись прямо, говорити не «навтямки».

**Закон емоційного пригнічення логіки.** Найповніше виявляється в першій частині аналізованого фрагмента.



## Мовленнєвий паспорт персонажів

## 1. Типи мовленнєвих актів

## Перша частина

М а р т и н: домінують експресиви, наявні також директиви і декларативи;

П а л а ж к а: усі мовленнєві акти — експресиви.

## Друга частина

М а р т и н: домінують директиви; наявні декларативи;

П а л а ж к а: переважають комісиви й експресиви.

## 2. Мовленнєві жанри

## Перша частина

М а р т и н: відповідь на запитання; образи, ламентациї (скарги);

П а л а ж к а: запитання, образи, погрози, дорікання.

## Друга частина

М а р т и н: інформування, пояснення, прохання.

П а л а ж к а: розпитування, згода.

## 3. Норми культури мовлення

Норми культури мовлення порушуються обома персонажами, вживаються грубі, стилістично знижені вирази:

Мартин: *дурна, сліпа, глуха, нічого не тяме, як до пенька балакаєш, репаний мужик тощо;*

Палажка: *тобі повилазило, з глузду з 'їхав, де ж він у біса тощо.*

Обома партнерами вживаються просторічні слова і вирази:

Мартин: *пристроїть, балакаєш, недурно, не бійсь та ін.;*

Палажка: *вчеплюсь у чуприну, кажи товком, не мороч мене, стерявся розумом та ін.*

Обидва учасники спілкування не знайомі з міськими звичаями, деталями міського побуту, а тому деформують деякі слова:

Мартин: *самуварь, кофій, сахарь; як його [каву] роблять і коли його подають: чи до борщу, чи на ніч;*

Палажка: *ростератор [регістратор].*

У мовленні Мартина наявні русизми і кальки з російської (як ознаки «дворянського» мовлення): *папінка, задержав, присутствие, зділай милость та ін.*

## 4. Типи мовленнєвих помилок

Мовленнєві помилки обох персонажів виявляються на етапі побудови поверхневої структури повідомлень і стосуються переважно узуалізованої форми потрібних

лексем (*самуварь, сахарь, ростератор* тощо). Загалом у межах побутового, стилістично зниженого спілкування персонажі виявляють достатній рівень умінь породження мовлення.

#### 5. Засоби непрямого спілкування

Таких засобів небагато, і вони наявні в мовленні Мартина. Їх особливість: імпліцитна апеляція до пресупозиції 'скоро нас визнають дворянами'. Так, у відповідь на слова Палажки «*Я рада, що такого зятя мати буду: поштивий, добрий і хазяйський син*» Мартин відповідає реплікою «*І хлоп*» з імпліцитним смислом 'не рівня нам, дворянам'. Репліка Мартина «*Вона [Мариса] не дурна, в ній батькова кров...*» має імпліцитний смисл 'дворянська кров'. У мовленні Палажки засоби непрямого спілкування відсутні. Вона негативно ставиться до прийомів непрямого інформування, які використовує Мартин.

#### 6. Риторичні аспекти мовлення

Їх мало. Вони характеризують переважно мовлення Мартина. Елементи образності, мінімальні тропи і фігури не виходять за межі побутового мовлення (*з'їхати з глузду; пень* як символ недолугості; *чорні брови* як символ дівочої краси; *чорні брови злиняли; репаний мужик* — традиційні метафори). У поясненні Мартином різниці між дворянином і хлопом наявний «символічний паралелізм»: «*сметана — одно, а кисле молоко — друге!*».

#### 7. Засоби мовного етикету

Вони відсутні в конфліктній частині спілкування; у кооперативній — обмежуються засобами ввічливості у звертанні до партнерів (*Палазю-душко; зділай милость*). Початок спілкування також не супроводжується вживанням традиційних етикетних форм.

#### Паралінгвістичні засоби спілкування

В аналізованому фрагменті паралінгвістичні засоби автором не виражені й впливу на перебіг спілкування не мають. З контексту зрозуміло, що Палажка під час розмови з чоловіком стоїть (Мартин: *Сідай, душко!*).

#### 1. Регістрові характеристики

Притаманні повсякденному, побутовому спілкуванню давно знайомих, близьких людей, у межах усного каналу комунікації з усталеними соціальними і комунікативними ролями та відомими типами ігрової поведінки.

## 2. Тональність спілкування

Перша частина — тональність знижена, груба.

Друга частина — тональність рівна, відносно спокійна.

## 3. Атмосфера спілкування

Перша частина — виразно напружено-конфліктна.

Друга частина — відносно спокійно-ділова.

## Висновки

Комунікативна позиція Мартина значно сильніша, ніж Палажчина. Він досягає своєї предметної і комунікативної мети. Його комунікативні тактики гнучкіші: він швидше переходить від конфронтаційного спілкування до кооперативного, не гублячи основного стратегічного завдання (предметної і комунікативної мети): видати Марисю за «благородного» і зробити Палажку своїм однодумцем.

Комунікативна позиція Палажки слабка: її комунікативна мета зводиться лише до пом'якшення комунікативних стратегій Мартина: *«Не драгуй мене, то все буду робить, як звелиш»*. Частково досягає цієї мети. Комунікативні тактики Палажки не гнучкі: вона повільніше за Мартина переходить від конфронтації до співробітництва, відмовляється від своєї основної предметної мети — видати Марисю за Миколу.

## ФРАГМЕНТ 2

(З метою детальнішого комунікативного аналізу фрагмента дискурсу кожна його трансакція пронумерована).

Голосне стукання до дверей салону розбуркало його [Євгенія Рафаловича] з того душевного зомління, примусило встати з місця і отямитися. Машинально він обер очі рушником, вийшов із спальні, замкнув її за собою і, промовивши «Прошу ввійти», наблизився до дверей салону і відімкнув їх. Двері широко отворилися, і в отворі стояв пан маршалок Брикальський, вистроєний, пахучий, блискучий, усміхнений, щасливий.

(1) — Чи можу ввійти? — запитав, кланяючись.

— Але ж прошу, прошу, — відповів Євгеній і також легенько вклонився. Пан маршалок стояв хвилину в дверях. Його лице ясніло якимсь незвичним блиском, очі горіли, на устах тремтів щасливий усміх, готовий, бачилось, в одній секунді зірватися бурею і вибухнути веселим, сердечним реготом. Потім він широко простер руки і кинувся на Євгенія.

(2) — Ха, ха, ха! Коханий меценасе! Позволь, нехай обійму тебе! Ха, ха, ха! Почтива душе! Ну, дай же поцілувати себе!

І він стискав, майже душив Євгенія в своїх обіймах, не зважаючи, що сей з зачудуванням зробив крок узад, хоронячись перед вибухом його щирості, що відкрив уста для протесту і навіть руками силкувався легенько відсторонити пана маршалка, від якого зовсім не надіявся такої інтимності.\*

(3) — Але ж ні, ні, не пручайся! Не можу здержатися! Таку радість, таку присмність, таку розкіш, яку ти справив мені — золота душе! — я мушу, мушу!..

І він ще раз обняв, ще раз притиснув Євгенія до своєї груді, ще раз прихилив йому до лиця свою напомадовану ріденьку чуприну.

Євгеній пересилував себе і почав усміхатися.

— Пан маршалок, як бачу, приходить до мене в подвійно проступнім намірі.

(4) — В подвійно проступнім? Ха, ха, ха! Зараз видно юриста! Прошу, прошу! В подвійно проступнім? Як се маю розуміти?

— Проста річ. Пан маршалок кидаються на мене дійством — се один проступок. І в додатку хочуть вмовити мене, що я сам тому причина, що я, так сказати, моральний справець того проступка.

(5) — Чудово! Чудово! Ха, ха, ха! Ну, але жарт набік. Добрий день, пане меценас! Вашу руку! Так. Здорові, дужі, веселі, енергійні — надіюсь, надіюсь... Світ перевертає, суспільність реформує — так і слід, так і слід. У вас сила ...! Нас, що пережили своє, — набік! Під ноги старе порохно! Нехай не заваджає!..

— Поки що — прошу сідати, — промовив Євгеній, якому пан Брикальський не давав прийти до слова.

(6) — (а)\*\* Дякую, дякую, (б) Отже так! Се ваша робітня, — мовив він, переводячи дух і роззираючись довкола. — Даруйте, що вас тут нападаю, та й ще в такій вчасній годині. Був у вашій канцелярії — там замкнено. Сторож сказав мені, що ви ще нагорі. «Дай, — думаю собі, — відвідаю того льва в його леговищі».

— Дуже вдячний за честь.

\* Спроби Євгена Рафаловича відсторонитися, звільнитися з обіймів Брикальського можуть бути «прочитані» як небажання підтримувати спілкування з великою мірою духовної і душевної «інтимізованості» і вважатися окремою інтеракцією в межах трансакції (2), тобто паралінгвістичною («відповіддю» Євгена.

\*\* Залежно від типу повідомлення (мовленнєвого акту), комунікативної ролі та комунікативної позиції, які виявляються в цьому повідомленні, комунікативні ходи в межах однієї трансакції розчленовуються і позначаються малими буквами в круглих дужках.



(7) — Але ж навпаки, навпаки! Я дуже рад. Здавня бажав відвідати вас у вашім sanctissimum, а тій кузні, де властиво виконуються ті плани...

— Пан маршалок іронізують. Я собі простий адвокати́на. Куди мені якихсь планів? Як бачите, живу попросту, заробляю на хліб, удержуюся сяк-так при теперішнім порядку і зовсім не почуваю в собі ані сили, ані охоти на суспільного реформатора.

(8) — (а) Га, га, га! Говоріть, паночку, говоріть се кому іншому, не мені! Я також дещо троха знаю. Го, го, і очі маю, і вмію ними бачити! (б) А у нас, що стоїмо на вищому щаблі, дуже тонке чуття на кожен найменший рух, який проявляється вни́зу.

— Чи тільки часом вашої власної дрожі не приймаєте за якийсь страшний і ворожий вам рух? — промовив троха терпко Євгеній.

(9) — (а) Ого, пан меценас починають підпускати шпильки! Ну. Ні, мене тим не вколете! Я чоловік загартований. (б) Але скажіть, зробіть ласку, що властиво за ціль має той ваш дотепний — мушу се признати, що дуже дотепний, — жарт з тими хлопамі?

— Жарт з хлопамі? Не розумію, про що пан маршалок говорять.

(10) — Ха, ха, ха! — знов розреготався пан маршалок. — Отсе правдивий гуморист. Пустив «віща», а сам ані не моргне, ще й удає, буцімто нічого не знає.

— Пан маршалок ставлять мене в клопітливе положення. Я признаюся, що дуже люблю «віщі» і рад би також посміятися, але, їй-богу, не знаю, про що йде мова.

(11) — Але ж, коханий пане меценасе! — кричав маршалок, знов простираючи до Євгенія свої обійми. — Перед вами властитель Буркотина і говорить вам про дотеп, який ви зробили з його хлопамі, а ви ще удаєте, що не розумієте!

— А, так! Се про ваших хлопів!

(12) — Так, так! Ха, ха, ха! Знаєте, ми з жінкою вчора реготалися так!.. Треба вам було чути, з яким обуренням оповідали нам ті люди ... знаєте, вони у нас іздавна-давна привикли — скоро що-небудь, з усім іти до двора. І з тим... Як тільки вернули з міста, зараз до мене. «Просимо ласки панської, ми би хотіли спитатися, що то за адукат такий. Ми йому віддали свою справу за ту толоку, а він нам каже: — «Ви дурні. — Так нам казав, їй-богу! — Ви дурні що вам, — каже, — правуватися з паном за якусь толоку? Що тота толока варта? Тьфу! Я вам не те скажу. Дайте мені тисячу ринських, а я вам виправую весь панський маєток, з будинками, фільварками і лісами». Ха, ха, ха!

Пан маршалок дуже добре наслідував голос, і вимову, і жести селян, але при останнім слові таки не видержав і розреготався.

Євгенієве лице потемніло. Відблиск усміху щез із нього, але очі сильно і остро вперлися в лице маршалка.

— Пане маршалку, — промовив він спокійним, але твердим тоном.

(13) — (а) Але ж чекайте, чекайте, коханий меценасе! — перервав його Брикальський, клеплючи його по коліні. — Не потребуєте хмуритися! Адже я дуже добре знаю, куди стежка в горох. (б) Але я хочу скінчити вам їх промову, — се чудова штука! Ха, ха, ха! «А я, прошу ласки панської, так нам казав той адукат. Але ми йому сказали: — Пане адукате, ми бідні люди, але на чуже не лакомі. Нам панські добра не потрібні, ми свого пана маршалка любимо і шануємо, а панські добра — то панські, а не наші. А ми з паном маршалком не хочемо правуватися. І ми з ним погодимось, і просимо вас, аби ви нас не бунтували против нашого пана маршалка. І аби ви нам віддали наші папери і те, що ми видали вам на штемпелі і на писанину, бо ми не хочемо вдаватися в процеси, бо ми люди спокійні, а наш пан маршалок добрий пан, дай йому боже здоров'я і многа літа!» (в) А що, правда, що добре вирецитував? Так, як навчили їх, правда?

— Пане маршалку, — мовив поважно Євгеній, — дуже перепрошую, але мені здається, що з сим останнім питанням пан маршалок удалися на невластиву адресу.

(14) — Як то? Як то?

— Прошу прийняти до відома, що я не вчив нікого і ніколи брехати, а про се, що мені тут вирецитували пан маршалок, нічого і ніяк не знаю.

(15) — Як то? Не знаєте? Так се не ви навчили їх сього?

— Надіюсь, що пан маршалок не мають наміру ображати мене такими...

(16) — Але ж, коханий меценасе! Ображати! Вас! Кленусь вам, ми вчора обоє з жінкою, почувши сю вість від хлопів, зразу реготалися, а далі задумалися. А що, чи не ліпше би справді зробити так, як нам піддає меценат? (Ми не сумнівалися, що хлопів говорять з вашої інструкції). Замість правуватися за те дурне пасовисько — віддати їм його задармо?

Пан маршалок говорив ті слова так собі, ніби знехотя, з виразом щирості в голосі, але його очі впилися при тім у Євгенієве лице і слідили кожний найменший рух, кожду ледве помітну зміну виразу.

— (а) Мене ся справа не обходить зовсім, — холодно мовив Євгеній, — бо буркотинці від учора перестали бути моїми клієнтами. (б) Можу запевнити пана маршалка ще раз словом чести, що таких слів, як тут мені передавали пан маршалок, ані подібних слів у такім сенсі я селянам не говорив. (в) Наша розмова йшла зовсім на іншу тему.

(17) — А вільно спитати, на яку? — підхопив пан маршалок.

— (а) Дарують пан маршалок, сього я не можу сказати. Коли селяни схочуть, то можуть сказати, я їх до секрету не зобов'язував, але я сам не можу сього сказати. (б) Але коли б

мені вільно було порадити пану маршалкові так, по щирості...

(18) — Прошу, прошу!

— То я також порадив би відступити сю толоку селянам.

(19) — Так?

— Справа спорна, нема сумніву, але наскільки я її знаю, селяни можуть виграти.

(20) — Чи справді?

— Се моє переконання, якого я набрав, простудіювавши докладно акти.

(21) — І ви радите мені уступити добровільно.

— (а) Се моя рада. (б) Розуміється, коли...

(22) — Коли що?

— Коли се для пана маршалка можливо, — відповів спокійно Євгеній.

(23) — А то як ви розумієте? Чому би мало бути неможливо?

— На се питання пан маршалок борше могли би мені відповісти, ніж я пану. Різні бувають причини.

(24)\* Пан маршалок устав. Розмова зачинала йому не подобатись. Він ішов сюди зовсім з іншим наміром. Він бажав відразу розбити, здемаскувати Євгенія, любитися його заклопотанням, коли побачить, що його бунтівницька агітація серед селян відкрита, зраджена тими, кому мала вийти на користь. Для більшого ефекту він навіть прибрехав добру пайку в справді наївнім та лукаво-підхлібнім оповіданню селян. А тимчасом він побачив, що Євгенія не так легко збити з пантелику, побачив надто, що його власна брехня відібрала йому значну частину тої певності і смілості, яка була би потрібна для повалення такого зручного противника. Він чув якусь оскомину в душі і для того встав, попрощався якнайчемніше з Євгенієм і пішов. Євгеній провів його на сходи і вернувся до свого покою.

Євгеній ходив по покою і думав.

«Го, го, пане маршалку! Так легко ви не заведете мене в горах. Я знаю вас ліпше, ніж ви мене. Я знаю дуже добре, що вам учора не до сміху було, коли вам селяни передавали мою раду. І сьогодні ви силувалися на гумор, але не додержали до кінця. О, знаю, вам хотілося вшпигнути мене в саме серце, показати мені, що ті мужики, котрих добра я бажаю, самі перші зраджують моє довір'я, готові видати мене криміналові. Так, се була би для вас найбільша радість; ся думка блискотіла у ваших очах, коли ви входили до цього покою!»

Він живіше почав ходити по покою.

\*Дивне те людське серце! Найбільше своє щастя, найбільшу розкіш бачить у тім, щоб задати другому болючий удар, зробити його нещасливим, відібрати йому віру в людей і надію на ліпше! Адже тільки се побожне бажання надавало па-

\*Заклучна трансакція, пов'язана з прощанням учасників спілкування, передається словами автора.

ну маршалкові при вході сюди такий щасливий, тріумфуючий вид. Він кинувся навіть цілувати мене! Видно що «цілюваніє Юдино» — се якась типова схлонність таких сердець...»

## Комунікативний аналіз фрагмента

Контекст і ситуація спілкування

### 1. Місце і час спілкування

Місце спілкування — помешкання адвоката Рафаловича, яке він винаймає у Вагмана. Брикальський раніше тут не бував, а тому виявляє певний інтерес до помешкання Рафаловича. Деталі інтер'єру не акцентовані, оскільки на перебіг спілкування не впливають.

Час спілкування — ранок, за словами маршалка Брикальського «вчасна година». На перебіг комунікації не впливає.

На спілкуванні певною мірою позначається неспокійний психологічний стан, у якому перебуває Євген Рафалович після побачення з Регіною.

### 2. Канали комунікації

Провідний канал — звуковий, який реалізується в прямій, безпосередній розмові персонажів «обличчям до обличчя». Супровідними є засоби візуального каналу — жести, міміка, вирази обличчя, рухи тіла (з боку обох персонажів) і тактильного — обійми, поцілунки і плескання (з боку Брикальського).

### 3. Комунікативний шум

Фізичний шум — відсутній; спілкуванню персонажів ніхто і ніщо не заважає. Психологічний — попри зовнішній вияв і декларування щирості поведінки з боку обох учасників спілкування, наявна глибока обопільна недовіра і настороженість, які виявляються в постійному «вичитуванні» у словах партнера непрямих мовленнєвих смислів. Семантичний шум — мінімальний і визначається шумом психологічним; стосується передусім необхідності сприйняття і «декодування» непрямих мовленнєвих актів: жартів, натяків тощо. Виявляється в постійному уточненні слів партнера.

### 4. Зворотний зв'язок

Обидва персонажі уважно стежать за комунікативною поведінкою один одного, а тому зворотний зв'язок підтримується постійно.



## Комунікативний паспорт учасників спілкування

## 1. Мета учасників комунікації

*Предметна мета:*

Б р и к а л ь с ь к и й: вивідати якомога більше про плани Рафаловича щодо селян Буркотина та їхнього позову стосовно пасовиська. У ході спілкування не досягає поставленої мети.

*Р а ф а л о в и ч:*

а) залишаючись у межах формального тлумачення фактів, якомога менше говорити про свої майбутні дії як адвоката селян Буркотина. Досягає поставленої мети;

б) у процесі спілкування з'являється нова предметна мета: навести Брикальського на думку про можливість передачі пасовиська селянам без суду і, відповідно, грошової компенсації. Досягає поставленої мети;

в) позбутися неочікуваного гостя. Своєю комунікативною поведінкою досягає поставленої мети.

*Комунікативна мета*

Б р и к а л ь с ь к и й: утримуючи комунікативну ініціативу, *«відразу розбити, здемаскувати Євгенія, любитися його заклопотанням»*, тобто спантеличити, маніпулювати співбесідником, нав'язати свою волю. Поставленої мети не досягає, оскільки *«він побачив, що Євгенія не так легко збити з пантелику, побачив надто, що його власна брехня відібрала йому значну часть тої впевненості і сміливості, яка була би потрібна для повалення такого ... противника»*. Комунікативної мети не досягає.

Р а ф а л о в и ч: перехопити комунікативну ініціативу, змусити Брикальського захищатися. Досягає поставленої мети.

## 2. Комунікативна ініціатива

Це змагальний тип дискурсу, оскільки у фрагменті боротьба персонажів за комунікативну ініціативу не припиняється. З'явившись у приватному помешканні Рафаловича як нежданий гість, Брикальський певний час (приблизно до 8—9 трансакцій) володіє ініціативою, зважаючи на те, що адвокат вимушений виконувати комунікативну роль господаря, вислуховувати жарти і дотепи гостя, його довгі монологи. Разом з тим уже в першій частині дискурсу комунікативну ініціативу Рафаловича можна визначити як рівну, скеровану на фатичне, світське спілкування.

У межах 10—14 трансакцій боротьба за комунікативну ініціативу загострюється. На перший погляд, маршалок ще нею володіє, але насправді вона вже перейшла до Рафаловича, оскільки його гість у довгих монологах фактично видає свої наміри.

Рішучий злам у боротьбі за комунікативну ініціативу відбувається у 15—16 трансакції. Саме з цього моменту і до 22 трансакції Рафалович «веде партію», все більше заганняючи свого гостя в глухий кут, змушуючи захищатись, задавати питання, перейти в позицію людини, яка потребує порад фахівця-адвоката. Трансакція 23 — вершина комунікативної ініціативи Євгенія Рафаловича і повна комунікативна поразка Брикальського. Усвідомивши це, маршалок перериває спілкування.

На поданій нижче схемі зображено співвідношення рівнів комунікативної ініціативи обох учасників спілкування. За «нульовий» рівень умовно прийнято нейтральну комунікативну поведінку в межах фатичного спілкування «гість — господар».



### 3. Комунікативні стратегії

**Брикальський:** його комунікативну стратегію можна визначити як розвідувально-наступальну, негнучку, маніпулятивну, скеровану на комунікативне підкорення співбесідника, його «розбиття», «здемаскування».

**Рафалович:** постає як майстер гнучкої, обережної, такої, що не виходить за межі професійної діяльності, вичікувально-стримувальної, скерованої на нейтралізацію маніпулятивних комунікативних ходів

опонента стратегії в першій половині спілкування і впевнено наступальної, приховано маніпулятивної — у другій.

#### 4. Оцінка стратегій партнерами

Описуючи психологічний стан маршалка Брикальського після розмови з адвокатом Рафаловичем, автор повісті зазначає: *«він побачив, що Євгенія не так легко збити з пантелику, побачив надто, що його власна брехня відібрала йому значну часть тої певності і сміливості, яка була би потрібна для повалення такого зручного противника»*. Тобто Брикальський подумки визнає невдалий вибір комунікативної стратегії, свою комунікативну невдачу.

Рафалович також розуміє, що Брикальському не вдалося втілити свою комунікативну стратегію: *«сьогодні ви силувалися на гумор, але недодержали до кінця»*. Своє ж комунікативне вміння «читати» співбесідника, розуміти його приховані наміри і дотримуватися обраної стратегії оцінює високо: *«Го, го, пане маршалку! Так легко ви не заведете мене в горох. Я знаю вас ліпше, ніж ви мене»*.

#### 5. Тактики спілкування

Брикальський: на початку спілкування дотримується тактик награної симпатії, розкутих жартів, натяків, прихованих шпильок, балагурства; під тиском комунікативної стратегії Рафаловича переходить до тактики клієнта, зацікавленого в порадах адвоката.

Рафалович: протягом усього дискурсу застосовує тактики холодної ввічливості, стриманих жартів, дошкульних натяків, шпильок, порад фахівця.

#### 6. Соціальні й комунікативні ролі

Брикальський:

а) соціальні ролі: не наголошує на своєму соціальному становищі співрозмовнику; щодо селян, про яких йдеться в інтеракції, постійно наголошує на тому, що він і його оточення перебувають на «вищому щаблі» соціальної ієрархії: *«А у нас, що стоїмо на вищому щаблі, дуже тонке чуття на кожний найменший рух, який проявляється внизу»*;

б) комунікативні ролі (в межах трансакцій):

(1—5, 12—13) «веселий співрозмовник», «щира душа», «жартівник», «поціновувач жартів», «у комунікації з рівними собі поводить себе без особливих церемо-

ній»; (6—9) «чемний гість»; (10—11) «умілий співрозмовник», «розуміє непрямі комунікативні смисли»; (13—15) «добрий актор», «добрий батько для своїх селян»; (16—17) «спантеличений»; (18—19) «поціновувач дотепів», «вміє вислуховувати чужі поради»; (20—23) «повністю спантеличений».

Ра ф а л о в и ч:

а) соціальні ролі: у межах обраної обережної, захисної комунікативної стратегії постійно наголошує на тому, що він не бажає виходити за межі своєї адвокатської діяльності;

б) комунікативні ролі: (1—6) «дещо заскочений комунікативною поведінкою гостя», «жартівник»; (7—8) «чемний господар», «скромний адвокат»; (9) «ущипливий співбесідник»; (10—13) «такий, що не розуміє натяків співрозмовника»; (14—23) «спокійний, врівноважений господар у комунікації», «фахівець, який дає поради».

#### 7. Комунікативні позиції учасників спілкування

У межах виділених транзакцій комунікативні позиції персонажів виглядають так:

- (1) Б р и к а л ь с ь к и й: Дорослий → Дорослий  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (2) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (3) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (4) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (5) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (6) Б р и к а л ь с ь к и й: Дорослий → Дорослий  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (7) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько (люблячий) → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий (іронічний) → Дорослий;
- (8) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий (іронічний) → Дитина;
- (9) Б р и к а л ь с ь к и й: (а) Дитина (ображена) → Дитина  
(б) Дорослий → Дорослий  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (10) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (11) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина  
Ра ф а л о в и ч: Дорослий → Дорослий;
- (12) Б р и к а л ь с ь к и й: Батько → Дитина



- Рафалович: Дорослий → Дорослий;  
 (13) Брикальський: (а) Батько → Дитина (ображена) (б) Батько → Дитина (в) Дитина → Дорослий  
 Рафалович: Дорослий → Дорослий;  
 (14) Брикальський: Дорослий → Дорослий  
 Рафалович: Дорослий → Дорослий;  
 (15) Брикальський: Дорослий → Дорослий  
 Рафалович: Дорослий → Дорослий;  
 (16) Брикальський: Дорослий → Дитина (Дорослий)\*

- Рафалович: Дорослий → Дорослий (Дитина);  
 (17) Брикальський: Дитина → Дорослий  
 Рафалович: (а) Дорослий → Дорослий (Дитина) (б) Дорослий → Дорослий (Дитина);  
 (18) Брикальський: Дорослий (Дитина) → Дорослий

- Рафалович: Дорослий → Дорослий (Дитина);  
 (19) Брикальський: Дорослий (Дитина) → Дорослий

- Рафалович: Дорослий → Дорослий (Дитина);  
 (20) Брикальський: Дорослий (Дитина) → Дорослий (Батько)

- Рафалович: Дорослий → Дорослий;  
 (21) Брикальський: Дорослий → Дорослий (Батько)

- Рафалович: (а) Дорослий → Дорослий (б) Дорослий (Батько) → Дорослий (Дитина);

- (22) Брикальський: Дорослий (Дитина) → Дорослий

- Рафалович: Дорослий (Батько) → Дорослий (Дитина);

- (23) Брикальський: Дитина → Дорослий (Батько)

- Рафалович: Батько → Дитина (ображена);

- (24) Брикальський: Дорослий (Дитина ображена) → Дорослий

- Рафалович: Дорослий (Батько) → Дорослий (Дитина).

#### 8. Прийоми впливу на співбесідника

Обидва персонажі використовують багато прийомів комунікативного впливу на співбесідника.

\* У круглих дужках подаються складні трансакції, які формально звернені до комунікативної позиції співрозмовника, позначеної першою без дужок, але фактично — до позиції, поданої в дужках.

Брикальський демонструє:

- уміння слухати співбесідника;
- постійну зацікавленість особою співрозмовника;
- володіння етикетними нормами кооперативного спілкування;
- розуміння непрямих мовленнєвих актів співбесідника;
- уміння самому створювати непрямі мовленнєві акти (натяки, шпильки, іронічні закиди тощо);
- хороші акторські здібності;
- розкутість і відвертість (позірну) в спілкуванні;
- сприймання жартів, дотепів співрозмовника;
- уміння застосовувати різноманітні психологічні «погладжування», зокрема прийоми «укрупнення» партнера по комунікації;
- бажання похизуватись, самому отримати порцію «поглажувань»;
- устремління до «укрупнення» власної особи;
- уміння і бажання застосовувати різноманітні немовленнєві засоби комунікації (жести, міміку, постави тіла, тілесний контакт, одяг тощо).

Рафалович демонструє:

- володіння етикетними нормами кооперативного спілкування;
- навички підтримувати плин розмови, її тональність;
- уміння слухати партнера по комунікації;
- здатність захистити власну комунікативну позицію, а за необхідності завоювати позицію домінуючу;
- уміння розуміти непрямі мовленнєві акти;
- створювати власні непрямі повідомлення (жартівливі, іронічні, шпильки тощо);
- знання законів, правил тощо комунікації, зокрема, нерізного відхилення компліментів на власну адресу;
- здатність у разі необхідності захистити власну комунікативну позицію, людську гідність;
- акторські здібності;
- уміння використовувати професійні знання в комунікації.

Обидва персонажі у своїй комунікативній поведінці враховують чинники віку, освіти, статі своїх співрозмовників. Оскільки візит Брикальського не запланований, то він не врахував поточного стану свідомості Рафаловича, схвильованого вчорашньою розмовою з Ре-

гіною. Заскочений раптовим візитом, Рафалович на деякий час втрачає комунікативну ініціативу і перебуває у вимушеній «обороні».

#### 9. Типи спілкування у дискурсі

Спілкування з боку Брикальського може бути охарактеризоване як ініціативне, відкрите, неофіційне, формально розкуте, кооперативне, але по суті (тематично) конфліктне. З боку Рафаловича спілкування виглядає як примусове, закрите, неофіційне за формою, але офіційне за суттю, етикетне, формально кооперативне, але конфліктне за суттю.

У процесі розгортання дискурсу типи спілкування практично не змінюються. Приблизно з 17 трансакції спілкування набуває більшою мірою офіційного характеру (консультація адвоката).

#### 10. Комунікативний кодекс учасників спілкування

Брикальський: переважно дотримується правил, максим і конвенцій кооперативного спілкування, оскільки воно найповніше відповідає його предметній меті — дізнатись від Рафаловича якомога більше про стан справ у позові селян Буркотина стосовно пасовиська:

а) постійно демонструє бажання відкритого кооперативного спілкування (трансакція 16);

б) вивіщення особи партнера, компліменти на його адресу (трансакції 5—7, 10, 16);

в) «м'яка» іронія на адресу співбесідника, яку в будь-який момент комунікації можна витлумачити як комплімент (трансакція 7);

г) «м'яке» реагування на шпильки співбесідника (трансакція 9а);

г) у цілому дотримання мовного етикету.

Однак у комунікативній поведінці Брикальського наявні незначні порушення правил і максим спілкування:

а) приблизно до 6—7 трансакцій порушує правило рівної участі адресанта і адресата в комунікації («пан Брикальський не давав [Євгенові] прийти до слова»);

б) у деяких трансакціях (2—3, 5, 7—8, 12—13) відчутне порушення максими кількості інформації: Брикальський забагато говорить про свої «приємні» почуття до Рафаловича, у деталях передає зміст розмови з селянами тощо. Однак це свідомий тактичний прийом ошелешення слухача;

в) на початку спілкування порушує мовний етикет, переходячи на «ти», в той час, коли його співбесідник постійно звертається до нього на «ви»;

г) до 14 трансакції порушує комунікативний етикет, застосовуючи у спілкуванні зі співбесідником, який не вважає себе близьким Брикальському, паралінгвістичні засоби, доречні у спілкуванні друзів, добрих знайомих тощо (обійми, поплескування по коліні).

Рафалович: загалом дотримується правил, максимум і конвенцій етикетного неконфліктного спілкування, оскільки воно найповніше відповідає його предметній меті — якомога менше говорити про справу селян Буркотина:

а) спілкується у межах стриманого дискурсу. Можна говорити про застосування ним тактики ввічливого спілкування;

б) згідно з правилами кооперативного спілкування відхиляє компліменти на свою адресу (трансакція 7);

в) послідовно дотримується правил мовного етикету.

Водночас відповідно до обраної комунікативної стратегії йде на деякі порушення комунікативного кодексу кооперативного спілкування:

а) відкрито демонструє бажання перебувати на певній комунікативній дистанції від співбесідника (трансакція 2);

б) не підтримує запропонованого Брикальським позитивно дружнього типу комунікації; постійно наголошує на бажанні перейти на рівень офіційного спілкування (трансакції 2, 12, 15—23); знижує тон до «холодного» (трансакція 16);

в) вживає шпильки на адресу партнера по комунікації (трансакція 8).

### 11. Загальні закони спілкування

*Закон дзеркального розвитку спілкування:* у відповідь на активне вживання Брикальським невербальних компонентів спілкування і паралінгвістичних засобів, «Євгеній... почав усміхатися» (3); під впливом комунікативної стратегії Рафаловича, зорієнтованої на стримане офіційне спілкування, Брикальський поступово трансформує награно дружню і розкуту поведінку на офіційну.

*Закон залежності ефективності спілкування від рівня комунікативних зусиль:* обидва персонажі, перебуваючи в напружених стосунках один з одним, докладають значних комунікативних зусиль для підтримання кооперативного неконфліктного спілкування. Будучи ініціатором спілкування, Брикальський таких



зусиль докладає більше; Рафалович, поза власним бажанням втягнутий у спілкування, комунікативних зусиль докладає менше.

*Закон модифікації комунікативної поведінки партнера:* Брикальський, розпізнавши непрямий мовленнєвий акт Рафаловича як шпильку (8), застерігає його, вказуючи на свою комунікативну «загартованість» (9). Рафалович, відчувши комунікативну загрозу з боку Брикальського (11), реагує зміною тону (12).

*Закон спотворення інформації у комунікативному ланцюжку.* Брикальський свідомо спотворює слова селян, розповідаючи про зустріч із ними.

*Закон емоційної афіліації:* емоційна стриманість Рафаловича впливає на Брикальського, і спілкування завершується в атмосфері стриманості, офіційності.

*Закон детального обговорення дрібниць:* Брикальський детально, навіть «художньо» передає зміст розмови з селянами (12—13).

*Закон ритму спілкування:* у першій частині спілкування ритм задає Брикальський, у другій — Рафалович.

### Мовленнєвий паспорт персонажів

#### 1. Типи мовленнєвих актів

Брикальський віддає перевагу таким мовленнєвим актам: директиви (14—15; 17—20; 21—23), експресиви (1—5; 7; 10; 12—13а; 24), асертиви (8; 11; 13б), декларативи (6; 16).

Загалом мовлення Брикальського можна кваліфікувати як директивно-експресивне.

Рафалович застосовує наступні мовленнєві акти: експресиви (1—2; 6—7; 10; 12; 15; 24), декларативи (4; 11; 13—14; 16—17; 19—20), директиви (5; 8—9; 18; 22—23), асертиви (3).

Мовлення Рафаловича можна кваліфікувати як експресивно-декларативне.

#### 2. Найуживаніші мовленнєві жанри

Брикальський віддає перевагу мовленнєвим жанрам, пов'язаним з такими аспектами спілкування:

— етикетності (ввічливості, награної симпатії, компліментів) (1—3; 5—6а; 7—8а; 10; 24);

— запитування і перепитування (уточнення) (4; 9б; 14—15; 17; 19—24);

— розповідь про ситуацію, яка мала місце в минулому (12—13б; 16);

- пояснення (комунікативної поведінки, вчинків, ситуації, що викликала запитання, тощо) (66; 11);
- заспокоєння партнера (13 а; 16);
- констатація (факту, комунікативної поведінки партнера тощо) (9а);
- згода (18);
- похвальба (86; 13в).

Рафалович використовує такі мовленнєві жанри:

- пов'язані з етикетністю (ввічливості, відхилення компліментів тощо) (1; 5—7; 24);
- поради (власне порада, її аргументація, уточнення, підтвердження тощо) (176—18; 19—20; 21а—22);
- застереження (12; 15; 21б);
- пояснення (4; 14; 16а,в);
- констатація факту (3);
- перепитування, уточнення почутого (9);
- міркування (13);
- запевнення (16б);
- відмова (17а);
- ухилення від відповіді (23);
- іронія («шпилька») (8).

Елементи більшості мовленнєвих жанрів обох учасників спілкування поєднуються з оцінними, етикетними аспектами.

### 3. Дотримання норм культури мовлення

Обидва персонажі протягом усього спілкування дотримуються норм українського мовлення, притаманного освіченим верствам Галичини другої половини ХІХ — початку ХХ ст. Діалектизми та полонізми наявні в мовленні обох персонажів. *Б р и к а л ь с ь к и й*: *ліпше, кленусь, вирецитував, виправую, вільно спитати*; *Р а ф а л о в и ч*: *перепрошаю, вирецитували, коли б мені вільно було порадити, спорна, борше*.

### 4. Мовленнєві помилки

Яскраво виражених помилок, які б утруднювали або унеможливлювали спілкування, у мовленні обох персонажів не виявлено.

### 5. Засоби непрямого спілкування

Стратегія і тактика комунікативної поведінки обох персонажів передбачає вживання засобів непрямого інформування.

*Б р и к а л ь с ь к и й*:

- іронія (7);
- натяк (8);

— прихований смисл 'добрий пан-батько для своїх селян' (12—13);

— бажання вивідати більше у співбесідника (16).

Рафалович:

— жарт (3);

— «шпилька» (8);

— іронія самоприниження; прихований смисл 'знаю свою ціну' (7);

— натяк (16в; 22—23).

Обидва персонажі є досвідченими комунікантами, які вміють «читати» непрямі мовленнєві акти, декодувати їх глибинний смисл. Це особливо стосується Рафаловича, який не потребує звернення до тлумачення непрямих смислів мовленнєвих актів співрозмовника.

#### 6. Риторичні аспекти спілкування

Бажаючи досягти предметної та комунікативної мети, Брикальський застосовує низку риторичних прийомів, характерних для інтимізації спілкування:

— широкий діапазон паралінгвістичних засобів;

— мовні засоби інтимізації викладу (11);

— постійна демонстрація показної відвертості (3—9; 11—16);

— образні висловлювання (3; 5; 8; 10; 13) та чужомовні вирази (5; 7);

— непрямі, пом'якшено сформульовані прохання і запитання (17);

— жарти (5—6);

— уміння цінувати чужі жарти (5);

— слова в переносних значеннях: епітети («золота душе» — 3), метафори («старе порохно» — 5, «світ перевертає» — 5, «кузня» — 7) та ін.;

— варіювання тону (10);

— деяка стилістична зниженість у розповіді про побутові проблеми («дурне пасовисько» — 16);

— запевняння (16);

— аргументація вчинків (6).

Бажаючи уникнути інтимізації розмови і перевести її в офіційну тональність, Рафалович уживає меншу кількість риторичних прийомів:

— поради фахівця (17—23);

— жарти, пов'язані з професійною сферою діяльності (3—4);

— «шпильки» (8);

- варіювання тону в бік холодного (12—13; 16а);
- запевнення (166).

Виступаючи у ролі господаря, Рафалович змушений також застосовувати засоби підтримки етикетного неконфліктного спілкування:

- пом'якшені непрямі мовленнєві акти (15);
- елементи демонстрації відвертості (176).

#### 7. Засоби мовного етикету

Б р и к а л ь с ь к и й:

- усталені словесні формули привітань і прощань (1; 5; 6; 9; 24);
- усталені формули звертання (9; 11);
- неусталені формули звертання з метою інтимізації спілкування (2; 11; 13; 16);
- компліменти (5; 10);
- вибачення та пояснення деяких своїх вчинків (6);
- вивищення образу співрозмовника (7).

Р а ф а л о в и ч:

- усталені словесні формули привітань, прощань, звертань (1; 5—6; 13; 16; 24);
- відхилення компліментів (7);
- засоби пом'якшення відмови, поради (17а; 22а).

Прагнучи досягнути поставленої предметної та комунікативної мети, Брикальський застосовує більшу кількість індивідуальних ініціативних риторичних прийомів. Рафалович, перебуваючи в позиції стримування комунікативної ініціативи співбесідника, застосовує переважно стандартні засоби вираження етикетного мовлення.

#### Паралінгвістичні засоби

Сукупність паралінгвістичних засобів спілкування і комунікативну мету їх вживання персонажами можна охарактеризувати так:

Б р и к а л ь с ь к и й

Кількість невербальних засобів спілкування значна і охоплює неконтрольовані симптоми (рух зіниць, напруженість м'язів тіла, загальний вираз обличчя) та усвідомлено вживані засоби (обійми, поцілунки, поклони при зустрічі й прощанні, плескання по коліні, сміх). Автор наголошує на невідповідності комунікативної ролі паралінгвістичних засобів (інтимізація спілкування, вияв симпатії) істинному комунікативному смислу, пе-



редусім на невідповідності предметній та комунікативній меті Брикальського (16).

#### Рафалович

Кількість використаних невербальних компонентів значно менша; вони природніші для спілкування малознайомих людей, стримані й спрямовані на нейтральну, офіційну комунікацію чужих духовно людей. Це усталені засоби вираження ввічливості (поклони, дещо силувана усмішка). Автор акцентує на симптомах, які видають істинне ставлення до свого партнера по комунікації (12).

#### Дискурсивні характеристики спілкування

*Регістр спілкування:* побутовий з елементами офіційного.

*Тональність спілкування:* зовнішньо дружня, з елементами інтимності з боку маршалка Брикальського, стримана з боку Рафаловича; внутрішньо холодна.

*Атмосфера спілкування:* напружена, з невідповідністю форми вияву (дружня, з елементами інтимності й взаємної симпатії) її істинному змісту (змагальна, конфронтативна).

#### Висновки

Це спілкування рівноправних освічених людей, із значним комунікативним досвідом і високим рівнем мовної та комунікативної компетенції.

Комунікативні позиції маршалка Брикальського як ініціатора спілкування на початку інтеракції виглядають сильнішими; у процесі спілкування вони суттєво змінюються, а у кінцевому підсумку герой цілком втрачає комунікативну ініціативу, не досягає ні предметної, ні комунікативної мети. Спілкування для нього закінчується цілковитою поразкою.

Комунікативні позиції адвоката Рафаловича також суттєво змінюються: від слабкої, захисної на початку спілкування — до активної, наступальної у його фінальній частині. Він досягає предметної та комунікативної мети. Його можна визнати переможцем у внутрішньо напруженому спілкуванні.

Пропонований комплексний підхід до комунікативних ситуацій допомагає виявити низку імпліцитних характеристик учасників живого спілкування або персонажів художнього твору, які практично не експлікуються

у традиційному лінгвістичному аналізі тексту. Такими прийомами комплексного аналізу комунікативних ситуацій повинні володіти вчителі-словесники, демонструючи його елементи на уроках мови та літератури.

### Запитання. Завдання

1. Яка роль комунікативного паспорта учасника спілкування?
2. Чим різняться комунікативний і мовленнєвий паспорти людини?
3. Які аспекти охоплює комунікативна грамотність людини?
4. Охарактеризуйте найважливіші складові комплексного комунікативного аналізу спілкування.

5. Чому філологу (студенту, вчителю, викладачу) важливо мати навички комплексного комунікативного аналізу спілкування?

6. Визначте его-стани (за Е. Берном) учасників трансакцій:

а) Іван: Май на увазі, це мій стіл.

Микола: Можеш сидіти за ним; я знайду собі інший.

- б) Начальник: Ви все вічно псуєте!

Співробітник: Але перші десять завдань я виконав правильно!

- в) Учень: Чому у китайців 1974 рік вважається 4672-м?

Учитель: Справа в тому, що ми ведемо літочислення від Різдва Христового. Китайський календар заснований не на цій події.

7. Визначте, кому належить комунікативна ініціатива у наведених нижче діалогах.

а) Антон: Ну, Оришко, що ж, надумалась ти про те, що я тобі казав?

Оришка: Скажу прямо батькові: віддайте мене за Антона!

Антон: Коли ж то буде?

Оришка: Як тільки спобіжу таку годину, що вони не будуть сердиті!

Антон: Це буде якраз на маненького Юрія, як рак свисне!

Оришка: Вони інколи бувають таки дуже добрі!

Антон: На Миколи та й ніколи! (М. Кропивницький. «Пошились у дурні»).

б) Регіна: Слухай, Валеріане, се не може так далі бути.

Стальський: Що таке?

Регіна: Ти знаєш що. Або я твоя жінка, або ні.

Стальський: Ну, і що з того?

Регіна: Мусиш відправити Орісу.

Стальський: Мушу?

Регіна: Так, мусиш.

Стальський: Не бачу того мусу.

Регіна: Я не можу з нею жити в однім помешканні.

Стальський: Та й не жиєш. Ти жиєш у покої, а вона на кухні.

Регіна: Я не можу стерпіти, що вона довше була в кухні.

Стальський: Зле варить? <...> (І. Франко «Пережесні стежки»).

8. Використовуючи наведену в розділі схему, проаналізуйте спілкування персонажів будь-якого художнього твору. Зробіть висновки щодо комунікативної майстерності героїв цього твору.

## Література

Аллен Дж. Ф., Перро Р. Выявление коммуникативного намерения, содержащегося в высказывании // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.

Античные риторика. — М., 1978.

Античные теории языка и стиля. — СПб., 1996.

Апполонская Т. А., Глейбман Е. В., Маноли И. З. Порождающие и распознающие механизмы функциональной грамматики. — Кишинев, 1987.

Апполонская Т. А., Пиотровский Р. Г. Функциональная грамматика — фрейм — автоматическая переработка текста // Проблемы функциональной грамматики. — М., 1985.

Апресян Ю. Д. К формальной модели семантики: правила взаимодействия значений // Представление знаний и моделирование процессов понимания. — Новосибирск, 1980.

Апресян Ю. Д. Перформативы в грамматике и словаре // Ю. Д. Апресян. Избранные труды. Т. 2. — М., 1995.

Апресян Ю. Д. Тавтологические и противоречивые аномалии // Ю. Д. Апресян. Избранные труды. Т. 2. — М., 1995.

Апресян Ю. Д. Языковая аномалия и логическое противоречие // Ю. Д. Апресян. Избранные труды. Т. 2. — М., 1995.

Аргайл М., Фернхэм А., Грэхэм Дж. А. Правила // Межличностное общение: Хрестоматия. — СПб., 2001.

Арутюнова Н. Д. Аномалии и язык (к проблеме языковой «картины мира») // Вопросы языкознания. — 1987. — № 3.

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В. Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. — М., 1985.

- Арутюнова Н. Д. Понятие пресуппозиции в лингвистике // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1983. — Т. 32. — № 1.
- Арутюнова Н. Д. Прагматика // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Арутюнова Н. Д. Речевой акт // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Арутюнова Н. Д. Речь // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — № 4.
- Аршавская Е. А. Вопросы национальной специфики и адаптации к иноязычной культуре в работах американских студентов // Этнопсихолінгвістическіе проблемы семантики. — М., 1978.
- Атаян Э. Р. Коммуникация и раскрытие потенций языкового знака. — Ереван, 1981.
- Ахутина Т. В. Порождение речи: Нейролінгвістический анализ синтаксиса. — М., 1989.
- Бабиш Н. Д. Основы культуры мовлення. — Львів, 1990.
- Багдасарян В. Х. Проблема імпліцитного (Логико-методологічний аналіз). — Ереван, 1983.
- Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. — М., 1955.
- Балли Ш. Французская стилистика. — М., 1961.
- Баранник Д. Х. Усний монолог. — Дніпропетровськ, 1969.
- Баранов А. Г. Функционально-прагматическая концепция текста. — Ростов-на-Дону, 1993.
- Батаршев А. В. Психодиагностика способности к общению или как определить организаторские и коммуникативные свойства личности. — М., 1999.
- Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // М. М. Бахтин. Эстетика словесного творчества. — М., 1986.
- Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М., 1979.
- Бацевич Ф. С. Аномальная сочетаемость в предложении с точки зрения процесса речепорождения // Acta universitatis Wratislaviensis. — № 2039. — Wrocław, 1998.
- Бацевич Ф. С. Атмосфера спілкування: спроба психолінгвістичного дослідження // Мовознавство. — 2002. — № 4—5.
- Бацевич Ф. С. Когнітивне і лінгвальне в процесах вербалізації (на матеріалі аномальних висловлювань) // Мовознавство. — 1997. — № 6.
- Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. — Львів, 2003.
- Бацевич Ф. Основы комунікативної девіатології. — Львів, 2000.
- Бацевич Ф. Регістр як текстова категорія: аспекти ідіостилію // Культура народів Причорномор'я. — № 32. — Симферополь, 2002.



Бацевич Ф. С. Текст, дискурс, речевой жанр: соотношение понятий // Вісник Харківського національного університету. № 520. Серія Філологія. Вип. 33. — Харків, 2001.

Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». № 453. Проблеми української термінології. — Львів, 2002.

Бацевич Ф. Тональність як складова мовленнєвого спілкування // Наукова спадщина проф. С. В. Семчинського і сучасна філологія: Зб. наукових праць. Ч. 1. — К., 2001.

Бгажноков Б. Х. К определению понятия «стиль общения» // Материалы V Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Ч. 2. — М., 1975.

Бгажноков Б. Х. Психолингвистические проблемы речевого общения (личностно и социально ориентированное общение). — АКР. — М., 1973.

Белла Р. Н. Социология религии // Американская социология: Перспективы, проблемы, методы. — М., 1972.

Бенвенист Э. Общая лингвистика. — М., 1974.

Березин Ф. М. История лингвистических учений. — М., 1975.

Бергельсон М. Б., Кибрик А. Е. Прагматический принцип «Приоритета» и его отражение в грамматике языка // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — № 4.

Білецький А. О. Про мову і мовознавство. — К., 1997.

Бисималиева М. К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филологические науки. — 1999. — № 2.

Биркенбиль В. Ф. Коммуникационный тренинг. Наука общения для всех. — М., 2002.

Богданов В. В. Молчание как нулевой речевой акт и его роль в вербальной коммуникации // Языковое общение и его единицы. — Калинин, 1986.

Богданов В. В. Речевое общение. Прагматический и семантический аспекты. — Л., 1990.

Богданов В. В. Функции вербальных и невербальных компонентов в речевом общении // Языковое общение: Единицы и регулятивы. — Калинин, 1987.

Бойцова Т. А. Пресуппозиция и импликация // Функциональные аспекты слова и предложения. — М., 1985.

Борисов А. Роскошь человеческого общения. — М., 1998.

Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. — Екатеринбург, 1996.

Брандес М. П. Стилистика немецкого языка. — М., 1990.

Будагов Р. А. Литературные языки и языковые стили. — М., 1967.

Будагов Р. А. О типологии речи // Р. А. Будагов. Язык. История. Современность. — М., 1971.

Будева Л. П. Человек: деятельность и общение. — М., 1978.

- Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — № 4.
- Валюсинская З. В. Вопросы изучения диалога в работах советских лингвистов // Синтаксис текста. — М., 1979.
- Вацлавик П., Бивин Дж., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций. — М., 2000.
- Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. — М., 1996.
- Вендлер З. Иллокутивное самоубийство // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. — М., 1985.
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Изд. 3. — М., 1983.
- Винкельхофер Я. и В. Сто взглядов на Японию. — М., 1968.
- Виноградов В. В. О художественной прозе // В. В. Виноградов. Избранные труды. О языке художественной прозы. — М., 1980.
- Виноградов В. В. Проблемы литературных языков и закономерности их образования и развития. — М., 1967.
- Винокур Т. Г. Диалогическая речь // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. — М., 1980.
- Винокур Т. Г. Монологическая речь // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Винокур Т. Г. Полилог // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Волошинов В. Философия и социология гуманитарных наук. — СПб., 1995.
- Воробьев В. В. Лингвокультурология (теория и методы). — М., 1997.
- Все об этикете. — Ростов-на-Дону, 1995.
- Выготский Л. С. Мышление и речь // Л. С. Выготский. Избранные психологические исследования. — М., 1956.
- Выготский Л. С. Мышление и речь // Л. С. Выготский. Собрание сочинений. Т. 2. — М., 1982.
- Высказывание и дискурс в прагматическом аспекте. — К., 1989.
- Гавранек Б. О. О функциональном расслоении литературного языка // Пражский лингвистический кружок. — М., 1967.
- Гарнер А., Пиз А. Язык разговора. — М., 2000.
- Гельгардт Р. Р. Рассуждение о диалогах и монологах (к общей теории высказывания) // Сборник докладов и сообщений лингвистического общества. Т. 2. Вып. 1. — Калинин, 1971.
- Герасимов В. И., Петров В. В. На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. — М., 1988.
- Гетьман М. А. Основы риторики. — К., 1988.
- Гловинская М. Я. Семантика глаголов речи с точки зрения теории речевых актов // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. — М., 1993.

- Гойхман О. Я., Наденина Т. М. Речевая коммуникация. — М., 2003.
- Гордон Д., Лакофф Дж. Постулаты речевого общения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. — М., 1985.
- Горелов И. Н. Вопросы теории речевой деятельности. — Таллинн, 1987.
- Горелов И. Н. Коммуникация // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации. — М., 1980.
- Городецкий Б. Ю. От лингвистики языка — к лингвистике общения // Язык и социальное познание. — М., 1990.
- Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова И. Г. К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. — Новосибирск, 1985.
- Горохова С. И. Психолингвистические особенности механизма порождения речи по данным речевых ошибок: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1986.
- Гофман И. О «работе лицом» // Межличностное общение: Хрестоматия. — СПб., 2001.
- Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. — М., 1985.
- Гриндер Дж., Бэндлер Р. Из лягушек в принцы. — Воронеж, 1995.
- Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. — М., 2002; Национально-культурная специфика речевого поведения. — М., 1977.
- Давыдов М. В., Яковлева Е. В. Манера речи как лингводидактическая проблема // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. — 1996. — № 2.
- Дейк Т. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. — М., 1988.
- Дейк Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989.
- Дементьев В. В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике // Вопросы языкознания. — 1997. — № 1.
- Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1982. — Т. 41. — № 4.
- Демьянков В. З. Прагматические основы интерпретации высказывания // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — № 4.
- Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения. — М., 1996.
- Диалог: теоретические проблемы и методы исследования: Сборник научно-аналитических обзоров. — М., 1991.
- Диалоговое общение. — Новосибирск, 1985.
- Димитрова Ст. Текст и подтекст. — София, 1984.
- Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии. — М., 1984.

- Этнолингвистика. — М., 1988.
- Живов В., Тимберлейк А. Расставаясь со структурализмом (тезисы для дискуссии) // Вопросы языкознания. — 1997. — № 3.
- Жинкин Н. И. Механизмы речи. — М., 1958.
- Залевская А. А. Введение в психолингвистику. — М., 1999.
- Залевская А. А. Проблемы организации внутреннего лексикона человека. — Калинин, 1977.
- Засорина Л. Н. Введение в структурную лингвистику. — М., 1974.
- Землякова М. Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества // Толковый словарь терминов и концепций. — М., 1999.
- Зимняя И. А. Функциональная психологическая схема формирования и формулирования мысли посредством языка // Исследование речевого мышления в психолингвистике. — М., 1985.
- Іваненко С. М. Основні стилістичні тональності: епічна, лірична, драматична // Вісник Київського лінгвістичного ун-ту. Сер. філологія. — 1999. — Т. 2. — № 2.
- Іванченко Р. Г. Літературне редагування. — К., 1970.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М., 2002.
- Ішмуратов А. Т. Вступ до філософської логіки. — К., 1997.
- Каменская О. Л. Текст и коммуникация. — М., 1990.
- Караулов Ю. Н. Предисловие // Язык и личность. — М., 1989.
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. — М., 1987.
- Караулов Ю. Н. Что же такое «языковая личность?» // Этническое и языковое самосознание. — М., 1995.
- Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. — М., 1989.
- Кацнельсон С. Д. Типология языка и речевое мышление. — Л., 1972.
- Кибрик А. Е. К построению лингвистической модели коммуникативного взаимодействия // Методологические проблемы искусственного интеллекта. — Тарту, 1983.
- Кларк Г. Г., Карлсон Т. Б. Слушающие и речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.
- Клюев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. — М., 2002.
- Кобозева И. М., Лауфер Н. И. Языковые аномалии в прозе А. Платонова сквозь призму процесса вербализации // Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста. — М., 1988.
- Ковалев Г. А. Три парадигмы в психологии — три стратегии психологического воздействия // Межличностное общение: Хрестоматия. — СПб., 2001.



Кожина М. Н. Речеведческий аспект теории языка // *Stylistyka sowiaska*. — Opole, 1998.

Койт М. Э., Ыйм Х. Я. Понятие коммуникативной стратегии в модели общения // Уч. зап. Тартуского ун-та. Вып. 793. — Тарту, 1988.

Колегаева И. Текст как единица научной и художественной коммуникации. — Одесса, 1991.

Колшанский Г. В. Паралингвистика. — М., 1974. — С. 11—34.

Комина Н. А. Систематика коммуникативно-прагматических типов высказывания // Прагматические аспекты функционирования языка. — Барнаул, 1983.

Кондаков Н. И. Введение в логику. — М., 1967.

Кочерган М. П. Загальне мовознавство: Підручник. — К., 2003.

Красиков Ю. В. Алгоритмы порождения речи. — Орджоникидзе, 1990.

Красиков Ю. В. Теория речевых ошибок. — М., 1980.

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П. Грамматика общения. — М., 1999.

Крысин Л. П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса) // Язык и личность. — М., 1989.

Крысин Л. П. Речевое общение и социальные роли говорящих // Социально-лингвистические исследования. — М., 1976.

Кубрякова Е. С. Введение // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. — М., 1991.

Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. — М., 1996.

Кубрякова Е. С. Модели порождения речи и главные отличительные особенности речепорождающего процесса // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. — М., 1991.

Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. — М., 1986.

Кубрякова Е. С. Особенности речевой деятельности и проблемы внутреннего лексикона // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. — М., 1991.

Кубрякова Е. С. Память и ее роль в исследовании речевой деятельности // Текст в коммуникации. — М., 1991.

Кубрякова Е. С. Проблемы представления знаний в современной науке и роль лингвистики в решении этих проблем // Язык и структуры представления знаний. — М., 1992.

Кукушкина О. В. Отрицательный материал как источник наших знаний о языке и мышлении // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9. Филология. — 1998. — № 2.

Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погорьша В. М. Межличностное общение. — СПб., 2001.

Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). — Ростов-на Дону, 1986.

Латынов В. В. Стили речевого коммуникативного поведения: структура и детерминанты // Психологический журнал. — 1995. — № 6.

Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. — М., 1999.

Ленерт У. Проблемы вопросно-ответного диалога // Новое в зарубежной лингвистики. Вып. XV. — М., 1985.

Леонтьев А. А. Восприятие речи // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Леонтьев А. А. Некоторые проблемы обучения русскому языку как иностранному (психолингвистические очерки). — М., 1970.

Леонтьев А. Н. Общее понятие о деятельности // Основы теории речевой деятельности. — М., 1974.

Леонтьев А. А. Основные проблемы и основные направления исследования речи // Основы теории речевой деятельности. — М., 1974.

Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. — М., 1999.

Леонтьев А. А. Педагогическое общение. — М., 1979.

Леонтьев А. А. Порождение речи // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Леонтьев А. А. Психология общения. — М., 1999.

Леонтьев А. А. Речевая деятельность // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Леонтьев А. А., Шахнарович А. М. Внутренняя речь // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Логический анализ языка: Противоречивость и аномальность текста. — М., 1990.

Лозовский Б. Н. Искусство взаимопонимания. — Свердловск, 1991.

Лотман Ю. М. Лекции по структурной поэтике // Ю. М. Лотман и Тартуско-Московская семиотическая школа. — М., 1994.

Лукина О. Г. Типы имплицитных способов передачи информации в речевой коммуникации: Автореф. ... дис. канд. филол. наук. — М., 1989.

Лурия А. Р. Язык и сознание. — М., 1979.

Львов М. Р. Основы теории речи. — М., 2002.

Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. — Тверь, 1998.

Макаров М. Л. Коммуникативная структура текста. — Тверь, 1990.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М., 2003.

Матвеева Т. В. К лингвистической теории жанра // Collegium. — 1995. — № 1—2.

Матвеева Т. В. Тональность разговорного текста: Три способа представления. — Stylistyka. V. — Opole, 1996.

Матеріали міжвузівської науково-методичної конференції «Проблеми функціонування державної мови в Україні та методика її викладання у навчальних закладах системи МВС». — Львів, 1997.

Меликова-Толстая С. Античные теории художественной речи // Античные теории языка и стиля. — СПб., 1996.

Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика. — М., 1994.

Мечковская Н. Б. Язык и религия. Лекции по филологии и истории религии. — М., 1998.

Мурат В. П. Функциональный стиль // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Национально-культурная специфика речевого поведения народов СССР. — М., 1982.

Николаева Т. М. Краткий словарь терминов лингвистики текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. — М., 1978.

Николаева Т. М. Лингвистика текста: Современное состояние и перспективы // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. — М., 1978.

Николаева Т. М. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

Ниренберг Дж. Гений переговоров. — Минск, 1997.

Нишанов В. К. Феномен понимания: когнитивный анализ. — Фрунзе, 1990.

Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1978 (Вып. 8); 1980 (Вып. 9); 1980 (Вып. 10); 1985 (Вып. 16); 1986 (Вып. 17); 1986 (Вып. 18); 1988 (Вып. 23).

Норман Б. Ю. К типологии речевых ошибок (на синтаксическом материале) // Речевые приемы и ошибки: типология, деривация и функционирование. — М., 1989.

Норман Б. Ю. Универсальное и специфическое в синтаксических моделях славянских языков. — Минск, 1988.

Носенко Э. Л. Эмоциональное состояние и речь. — К., 1981.

Общение. Текст. Высказывание. — М., 1983.

Ольшанский В. Б. Социализация // Философская энциклопедия. — Т. 5. — М., 1970.

Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: Посібник. — К., 2003.

Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.

Падучева Е. В. Высказывание и его соотношение с действительностью. — М., 1985.

Падучева Е. В. Прагматические аспекты связности диалога // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. — М., 1982. — Т. 41. — № 4.

Падучева Е. В. Пресуппозиции и другие виды неэксплицитной информации в предложении // НТИ. Сер. 2. — 1981. — № 11.

Падучева Е. В. Пресуппозиция // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.

- Папп Ф. Этикет и язык // Русский язык в национальной школе. — 1964. — № 1.
- Пешковский А. М. Объективная и нормативная точка зрения на язык // А. М. Пешковский. Избранные труды. — М., 1959.
- Пилинський М. М. Мовна норма і стиль. — К., 1976.
- Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история. — М., 1979.
- Потебня А. А. Слово и миф. — М., 1989.
- Потятинник Б. Екологія ноосфери. — Львів, 1993.
- Почепцов Г. Г. (мл.). Коммуникативные аспекты семантики. — К., 1987.
- Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения. — К., 1986.
- Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М., 2001.
- Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. — К., 1999.
- Проблемы современной стилистики: Сборник аналитических обзоров. — М., 1989.
- Проблемы текстуальной семантики. — М., 1983.
- Проблемы эффективности речевой коммуникации. — М., 1989.
- Психология понимания текста. — М., 1986.
- Радевич-Винницький Я. К. Етикет і культура спілкування. — Львів, 2001.
- Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації. — К., 1993.
- Ревзина О. Г. Язык и дискурс // Вестник Московского ун-та. Сер. 9. Филология. — 1999. — № 6.
- Романов А. А. Коммуникативная инициатива говорящего в диалоге // Текст как структура. — М., 1992.
- Рюкле Х. Ваше тайное оружие общения (мимика, жест, движение). — М., 1996.
- Рябова Т. В. Механизм порождения речи по данным фразеологии // Вопросы порождения речи и обучения языку. — М., 1967.
- Сагач Г. М. Золотослів: Навчальний посібник. — К., 1993.
- Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). — К., 1999.
- Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология. — К., 2000.
- Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. — К., 2002.
- Семенюк Н. Н. Норма языковая // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Серажим К. С. Термін дискурс у сучасній лінгвістиці // Вісник Харківського університету. № 520. Сер. філологія. Вип. 33. — Харків, 2001.
- Сергеев Ф. П. Речевые ошибки и их предупреждение. — К., 1988.
- Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.
- Серль Дж. Косвенные речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.



- Серль Дж. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.
- Синельникова Л. Н., Богданович Г. Ю. Введение в лингвистическую гендерологию. — Луганск—Симферополь, 2001.
- Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз. — К., 2001.
- Словник синонімів української мови. Т. 1. — К., 1999; Т. 2. — К., 2000.
- Словник української мови: В 11 томах. — К., 1970—1982.
- Смелкова З. С. Азбука общения. — Самара, 1994.
- Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб., 2002.
- Соловьев Э. Ю. Коммуникация // Философский энциклопедический словарь. 2-е изд. — М., 1989.
- Сопер П. Основы искусства речи. — М., 1992.
- Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф., Шахнарович А. М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. — М., 1979.
- Спивак Д. И. Лингвистика измененных состояний сознания. — Л., 1986.
- Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. — М., 1995.
- Степанов Ю. С. В поисках прагматики // Изв. АН СССР Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — № 4.
- Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. — М., 1975.
- Степанов Ю. С. Семиотика. — М., 1971.
- Степанов Ю. С. Стиль // Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990.
- Стернин И. А. Анализ коммуникативных ситуаций. — Воронеж, 1998.
- Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. — Воронеж, 2001.
- Столнейкер Р. С. Прагматика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. — М., 1985.
- Сукаленко Н. И. Об отсутствии эпистемологии в гуманитарных науках и о диффузности понятия дискурс // Вісник Харківського національного університету. № 500. Серія філологія. Вип. 33. — Харків, 2001.
- Сусов И. П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы // Прагматика и семантика синтаксических единиц. — Калинин, 1984.
- Сусов И. П. Личность как объект языкового общения // Личностные аспекты языкового общения. — Калинин, 1989.
- Сухих С. А. Речевые интеракции и стратегии // Языковое общение и его единицы. — Калинин, 1986.
- Сухих С. А. Структура коммуникантов в общении // Языковое общение: процессы и единицы. — Калинин, 1988.

Тарасов Е. Ф. Межкультурное общение. Новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. — М., 1996.

Тарасов Е. Ф. Тенденции развития психолингвистики. — М., 1987.

Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М., 2000.

Тих Н. А. Предыстория общества. — Л., 1970.

Тынянов Ю. Н. Архаисты и новаторы. — Л., 1929.

Трошина Н. Н. Этносемантические и стилистические проблемы межкультурной коммуникации в деловой сфере // Проблемы этносемантики. — М., 1998.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / За ред. С. Я. Єрмоленко. — К., 2001.

Уорф Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку // В. А. Звегинцев История языкознания XIX—XX веков в очерках и извлечениях. Ч. 2. — М., 1965.

Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Зачесова И. А. Речь и структура коммуникации // Межличностное общение: Хрестоматия. — СПб., 2001.

Федосюк М. Ю., Ладыженская Т. А., Михайлова О. А., Николина Н. А. Русский язык для студентов-нефилологов: Учебное пособие. — М., 1997.

Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы речевых жанров // Вопросы языкознания. — 1997. — № 5.

Федосюк М. Ю. Неявные способы передачи информации в тексте. — М., 1988.

Феллер М. Вправне (ефективне) спілкування. — Дрогобич, 2000.

Франк Д. Семь грехов прагматики: тезисы о теории речевых актов, анализе речевого общения, лингвистике и риторике // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. — М., 1986.

Функциональные разновидности речи в коммуникативном аспекте. — Пермь, 1988.

Хаймс Д. Этнография речи // Новое в лингвистике. Вып. VII. — М., 1975.

Холодович А. А. О типологии речи // А. А. Холодович. Проблемы грамматической теории. — Л., 1979.

Хомский Н. Язык и мышление. — М., 1972.

Чанышева З. З. Взаимодействие языковых и неязыковых факторов в процессе речевого общения. — Уфа, 1984.

Чахоян Л. П., Паронян Ш. А. Взаимодействие интенций как фактор, определяющий типы межличностного общения // Личностные аспекты языкового общения. — Калинин, 1989.

Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. — М., 1991.

Шабес В. Я. Событие и текст. — М., 1989.

Шамота А. М. Этнолингвистика. Проблемы и методы исследования // Методологические основы новых направлений в мировом языкознании. — К., 1992.

Шмелева Т. В. Кодекс речевого поведения // Русский язык за рубежом. — 1983. — № 1.

Шмелева Т. В. Речевой жанр // Russistik. Русистика. — Berlin, 1990. — № 2.

Шмелева Т. В. Речевой жанр: опыт общелингвистического осмысления // Collegium. — 1995. — № 1—2.

Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики. Енциклопедичний словник. — К., 1998.

Шумарова Н. П. Мовна компетенція особистості в ситуації білінгвізму. — К., 2000.

Щепанський Я. Элементарные понятия социологии. — М., 1969.

Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики: Сб. научно-аналитических обзоров. — М., 1984.

Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». — М., 1975.

Якубинский Л. П. О диалогической речи // Л. П. Якубинский. Избранные работы. Язык и его функционирование. — М., 1986.

Янко Т. Е. Когнитивные стратегии в речи // Вопросы языкознания. — 1994. — № 6.

Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии // Вопросы языкознания. — 1999. — № 4.

Barker L. Listening Behavior. — N. Y., 1971.

Bogusławski A. Głosa do książki aktów mowy // Pamiętnik Literacki. LXXIX. — 1988. — Z. 4.

Boniecka B. Tekst potoczny a dyskurs // Tekst: problemy teoretyczne. — Lublin, 1998.

Burgoon J. C., Buller D. B., Woodell J. K. Nonverbal communication. The unspoken dialogue. — N. Y., 1989.

Chafe W. L. Givenness, contrastiveness, definiteness, subjects, topics and point of view // Subject and topic. — N. Y., 1976.

Cook Y. Discours. — Oxford, 1992.

Coulthard M. An Introduction to Discours Analysis. — London, 1977.

Dijk T. van. Badania nad dyskursem // Dyskurs jako struktura i proces. — Warszawa, 2001.

Dijk T. van. Some Aspects of Text Grammars. — The Hague: Mouton, 1972.

Dobrzyńska T. Tekst // Encyklopedia kultury polskiej XX wieku: Współczesny język polski. — Wrocław, 1993.

Ducrot O. Structuralisme, énonciation et sémantique // Poétique. — Paris, 1978. — № 33.

Fiske J. Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem. — Wrocław, 1999.

- Fromkin V. A. (Ed.). *Speech Errors as Linguistic Evidence*. — The Hague: Mouton, 1973.
- Gajda St. *Gatunkowe wzorce wypowiedzi // Encyklopedia kultury polskiej XX wieku: Współczesny język polski*. — Wrocław, 1993.
- Geissner H. *Zum Theorie der rhetorischen Kommunikation*. — München, 1973.
- Głodowski W. *Komunikowanie interpersonalne*. — Warszawa, 2001.
- Grosse E. *Text und Kommunikation*. — Stuttgart; Berlin, 1976.
- Hall E. T. *Proxemics // Current Anthropology*. — 1967. — № 9.
- Halliday M. A. K. *An Introduction to Functional Grammar*. — London, 1994.
- Halliday M. A. K., Hasan R. *Language, context and text: aspects of Language in a Social-semiotic perspective*. — Oxford, 1990.
- Hymes D. *Models of the interaction of language and social life // J. Gumpers, D. Hymes (Ed.). Direction in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication*. — N. Y., 1972.
- Hymes D. *Socjolingwistyka i etnografia mówienia // Język i społeczeństwo*. — Warszawa, 1980.
- Kaplan R. B. *Cultural thought patterns in intercultural education // Language learning*. — V. 14. — Birminham, 1966. — № 3—4.
- Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. — L.; N. Y., 1983.
- Maingueneau D. *Analyser les textes de communication*. — Paris, 2000.
- Maingueneau D. *L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive*. — Paris, 1991.
- Montuori A. A. *Evolutionary competens: creating the future*. — Amsterdam, 1989.
- Oppermann K., Weber E. *Język kobiet. Język mężczyzn. Jak porozumieć się w miejscu pracy*. — Gdańsk, 2000.
- Piaget J. *Le langage et la pensée chez l'enfant*. — Neuchatel, 1956.
- Searle J. R. *Linguistics and the philosophy of language // Linguistics and neighboring disciplines*. — Amsterdam etc., 1975.
- Searle J. R., Kiefer F., Bierwisch M. (Eds.). *Speech act and pragmatics*. — Dordrecht etc., 1980.
- Stalnaker R. *Presupposition // Journal of Philosophical logic*. — 1973. — № 4.
- Tekst ustny — text oral*. — Wrocław, 1989.
- Tubbs S., Moss S. *Human communication*. — N. Y.; Sydney, 1991.
- Watson J., Hill A. *A dictionary of communication and media studies*. — L., 1989.
- Wierzbicka A. *English Speech Act Verbs*. — Australia: AP, 1987.
- Wierzbicka A. *Genry mowy // Tekst i zdanie: Zbiór studiów*. — Wrocław etc., 1983.
- Wunderlich D. *Methodological remarks on speech act theory // Speech act theory and pragmatics*. — Dordrecht etc., 1980.



## Короткий термінологічний словник

**Автокомунікація** (грец. *autos* — сам і лат. *communicatio* — по-бити спільним) — внутрішній діалог людини з самим собою; спілкування «Ego» і «Alter Ego» особи.

**Адресант** (нім. *Adressant* — відправник) (автор, мовець) — джерело повідомлення; у міжособистісному спілкуванні — особа, яка ініціює комунікацію, кодує своє повідомлення засобами мови і/або парамови і передає адресату (слухачеві, читачеві, аудиторії).

**Адресантність** (повідомлення, дискурсу, тексту) — репрезентація в процесі спілкування особистості адресанта (ідей, позиції, світогляду тощо).

**Адресат** (нім. *Adressat* — отримувач) (отримувач, слухач, читач, інтерпретатор, аудиторія) — кінцевий споживач повідомлення; у міжособистісному спілкуванні — особа, яка сприймає повідомлення і у відповідності зі своїми когнітивними стратегіями і конкретними конситуативними умовами інтерпретує повідомлення адресанта.

**Акт** (лат. *actus* — вчинок) вимовляння — див. *Акт локутивний*.

**Акт іллокутивний** — одна з трьох складових мовленнєвого акту (поряд з актами локутивним і перлокутивним), пов'язана з втіленням у повідомленні конкретної комунікативної інтенції, мети адресанта.

**Акт комунікативний** — найзагальніше поняття комунікативної лінгвістики; інтеракція, процес, який відбувається в певному місці на пересіченні осей простору і часу між адресантом і адресатом, результатом якого є дискурс (текст).

**Акт локутивний** — одна з трьох складових мовленнєвого акту (поряд з актами іллокутивним і перлокутивним), котра встановлює

зв'язок повідомлення з дійсністю (тобто визначає його смисл і референцію) і виявляється у формуванні пропозиції повідомлення.

**Акт мовленнєвий** — складова повідомлення, цілеспрямована мовленнєва дія; одиниця нормативної соціомовної поведінки, яка розглядається в межах прагматичної ситуації. Основними рисами мовленнєвого акту є інтенціональність, цілеспрямованість і конвенційність. Цілісність мовленнєвого акту створюють акт локуції (власне мовленнєве висловлювання), іллокуції (комунікативної мети) і перлокуції (скерованості на результативний вплив щодо адресата).

**Акт мовленнєвий ініціативний** — мовленнєвий акт, який відкриває собою діалогічне спілкування учасників комунікації.

**Акт мовленнєвий непряний** — мовленнєвий акт, у якому іллокуція адресанта виражена не буквально засобами повідомлення, а повинна «вчитуватись» адресатом з опертям на імплікатури дискурсу.

**Акт мовленнєвий прямий** — мовленнєвий акт, у якому іллокуція адресанта виражена буквально засобами повідомлення.

**Акт мовленнєвий реактивний** — мовленнєвий акт учасника спілкування, який слідує за мовленнєвим актом мовця; відповідь адресата на ініціативний мовленнєвий акт адресанта.

**Акт мовленнєвий фінальний** — мовленнєвий акт учасника комунікації, яким завершується діалогічне (полілогічне) спілкування.

**Акт перлокутивний** — одна з трьох складових мовленнєвого акту (поряд з актами локуції та іллокуції), пов'язана з результатом (очікуваним чи досягнутим) впливу на адресата іллокутивної сили повідомлення.

**Актуалізатори** — елементи, які прив'язують зміст мовних виразів до умов спілкування, знань учасників конкретного мовленнєвого акту.

**Актуалізація** (лат. *actualis* — діяльний) — перехід від мови до мовлення і реалізація потенційних властивостей, мовних елементів, яких вимагає певна мовленнєва ситуація.

**Актуальне значення** — див. *Смисл комунікативний*.

**Актуальне членування речення (висловлювання)** — членування на тему (дане, основа, відоме) і рему (нове, ядро, повідомлюване).

**Акультурація** — процес засвоєння особистістю, вихованою в одній культурі, елементів іншої культури, субкультури, картини світу, зокрема прецедентних текстів, стереотипів мовного спілкування тощо.

**Аналіз комунікації трансакційний** — термін сучасного американського психоаналітика Еріка Берна; аналіз спілкування з точки зору виявлення того, з яких позицій співбесідники вживають конкретні репліки в діалогах.

**Апарат артикуляційний** — органи мовлення, які беруть участь в артикуляції.

**Артикуляція** (лат. *articulare* — членоподільно вимовляю) — рух органів мовлення, необхідний для вимовлення звуків мовлення в процесах спілкування.

**Асертив** — див. *Репрезентатив*.

**Асерція** (англ. *assertion* — ствердження) — компонент смислу повідомлення, який не є пресупозицією і підлягає дії заперечення; ствердження чогось.

**Атмосфера спілкування** — лінгво-психо-соціо-когнітивні стосунки учасників комунікативного акту.

**Аудиторія** — збірна назва читачів, слухачів, глядачів, на яких розраховане конкретне повідомлення адресанта. Див. *Адресат*.

**Аудіювання** (лат. *audire* — слухати) — рецептивний вид мовленнєвої діяльності; слухання, смислове сприйняття усного повідомлення. Складається із сприйняття мовної форми і розуміння змісту повідомлення.

**Аутокорекція** (грец. *autos* — сам і лат. *correctio* — виправлення) — когнітивно-мовний процес, складова комунікативної стратегії, яка виявляється у постійному порівнянні адресантом перлокутивного ефекту власного мовлення із запланованими стратегічними цілями і виправлення наявних неспівпадінь шляхом уточнень, посилення чи послаблення іллокутивних сил повідомлень тощо.

**Багатомовність** — володіння людиною кількома (багатьма) мовами і активне їх використання в спілкуванні з іншими людьми.

**Багатство мовлення** — риторичний аспект комунікації, складова мовної компетенції адресанта, пов'язана з умінням застосовувати різноманітні засоби мовного коду, уникати повторення однотипних елементів, конструкцій, застосовувати синонімічні засоби тощо.

**Бар'єри комунікації** — див. *Шум комунікативний*.

**Білінгв** (лат. *bi* — двох і *lingua* — мова) — людина, яка активно володіє двома мовами, тобто у разі необхідності використовує їх у спілкуванні.

**Білінгвізм** — здатність особи або групи осіб користуватись по чергово двома мовами для забезпечення комунікативних потреб.

**Ввічливість (у комунікації)** — див. *Етикетність спілкування*.

**Вербалізація** (лат. *verbalis* — усний) — див. *Породження мовлення*.

**Вербальні компоненти** — засоби мовного коду, тобто слова, словосполучення, речення (повідомлення) тексти, за допомогою яких передається інформація в комунікації.

**Взаємодія мовленнєва** — сукупність усіх можливих типів діалогових ходів у дискурсі.

**Взаєморозуміння** — механізм міжособистісної взаємодії, пов'язаний насамперед з когнітивними процесами, який забезпечує формування спільного смислового простору учасників спілкування.

**Види мовлення** — різні аспекти мовленнєвої діяльності. Виділяються в залежності від характеру мовлення (внутрішня і зовнішня), способу організації мовлення (усна і писемна), міри активності (продуктивна і рецептивна) та деякі інші.

**Виконання комунікативне** — поєднання комунікативної компетенції з низкою фізіологічних, фізичних, психологічних тощо станів, в яких перебуває адресант на момент спілкування.

**Виразність (образність) мовлення** — риторичний аспект комунікації, складова комунікативної компетенції адресанта, пов'язана з прагматичним впливом на адресата. Виявляється у доборі елементів мовного коду й умінні побудови повідомлень з найвищим перлокутивним ефектом.

**Висловлювання** — одиниця модусу Мовлення; речення, актуалізоване у мовленні з конкретною тема-рема-тичною структурою.

**Вміння комунікативне** — здатність планування і реалізації комунікативного наміру і комунікативної стратегії. Просте комунікативне вміння забезпечує вирішення одного комунікативного наміру чи комунікативного завдання; складне — комплексу комунікативних намірів і завдань.

**Вплив комунікативний** — див. *Акт перлокутивний*.

**Вторинні групи** — соціально-мовні колективи, в межах яких поглиблюється або модифікується соціалізація людей (трудовий колектив, група за інтересами, клуби фанатів-болільників тощо).

**Генологія** (грец. *genos* — *рід* і *logos* — *вчення*) — у деяких лінгвістичних традиціях (зокрема, польській) розділ комунікативної лінгвістики, який вивчає комплекс проблем, пов'язаний з мовленнєвими жанрами.

**Герменевтика** (грец. *hermēneutikē technē* — *мистецтво тлумачення*) — міждисциплінарна галузь гуманітарних досліджень і одночасно філософсько-методологічне вчення про інтерпретацію та розуміння тексту з опертям лише на сам текст.

**Гіпертекст** (грец. *hyper* — *понад*) — спосіб організації текстової інформації у вигляді сітки, вузли котрої співвідносяться з певними фрагментами тексту.

**Говоріння** — вид мовленнєвої діяльності з використанням вокального каналу комунікації, який полягає у створенні повідомлень (мовленнєвих актів), скерованих адресатові.

**Група мовна мала** — нечисленна (3—15 осіб) соціальна група, члени котрої об'єднані спільною діяльністю і перебувають у безпосередньому особистому контакті, що служить основою виникнення як емоційних стосунків (симпатії, антипатії тощо), так і особливих групових цінностей і норм поведінки.

**Група мовна референтна** — мала мовна група, у межах якої найповніше розкривається особистість.

**Двомовність** — див. *Білінгвізм*.

**Девіатологія комунікативна** — розділ комунікативної лінгвістики, який вивчає причини і механізми різноманітних типів невдач у спілкуванні.



**Девіації у спілкуванні** — різноманітні типи комунікативних невдач, помилок, обмовок, описок, провалів тощо, пов'язані з мовною та комунікативною компетенцією учасників спілкування. Див. *Девіація комунікативна; Девіація мовна*.

**Девіація** (лат. *de* — від і *via* — дорога) **комунікативна** — збій у спілкуванні, недосягнення перлокутивного ефекту тощо, причиною яких є недостатня комунікативна компетенція адресанта, перш за все недотримання правил, максим, постулатів, конвенцій комунікативного кодексу. Пов'язана зі специфікою комунікативної семантики та прагматичними чинниками.

**Девіація мовна** — тип комунікативної невдачі чи збою у спілкуванні, причиною яких є недостатня мовна компетенція учасників. Це різноманітні помилки, неточності, обмовки, описки, лінгваліпсуси тощо, пов'язані зі специфікою лексичної та граматичної семантики.

**Дейксис** (грец. *deíxis* — вказування) — вказування у процесі спілкування за допомогою засобів мовного коду на учасників комунікативного акту, предмет мовлення, міру його віддаленості, часову й просторову локалізацію тощо.

**Декларатив** (лат. *declaratio* — заява) — тип мовленнєвого акту, іллокутивна мета якого — встановити відповідність між пропозиційним змістом повідомлення та реальністю.

**Декодування** — переведення адресатом змісту отриманого мовного повідомлення у звичні особистісні смисли.

**Денотат** (лат. *denotatum* — позначуване) — предметна віднесеність знаків мовного коду комунікації, тобто сукупність об'єктів (у широкому сенсі слова), котрі можуть іменуватися (чи сигніфікуватися) певною одиницею мовного коду чи мовним виразом.

**Диглосія** — паралельне використання у колективі двох форм існування мови — діалектів, літературної мови і діалекту, двох літературних мов (у період Київської Русі — церковнослов'янської і давньоруської) тощо.

**Дикція** (лат. *dictio* — вимовляння) — міра точності, розбірливості вимови фонем, морфем, слів, фраз, яка визначає розбірливість мовлення, а значить і його розуміння іншими людьми.

**Директив** — тип мовленнєвого акту, іллокутивна мета якого — змусити адресата виконати певну дію.

**Дискурс** (франц. *discours* — мовлення) — тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежними від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів.

**Діалект** (грец. *dialektos* — розмова, наріччя) — територіальний або соціальний різновид певної мови.

**Діалог** (грец. *diálogos* — бесіда двох) (діалогічна форма спілкування) — форма мовлення (і спілкування), якій притаманна зміна мовленнєвих актів (повідомлень), як правило, двох мовців, які перебувають у безпосередньому зв'язку.

**Діалогічність** — комплекс комунікативно-прагматичних чинників, які виформовують специфіку діалогу: зв'язність реплік, їхню ситуативну залежність тощо.

**Дія комунікативна** — одиниця опису комунікативної поведінки учасників спілкування, окремий мовленнєвий акт, репліка, невербальний сигнал, комбінація вербальних і невербальних засобів тощо у межах певного комунікативного параметра.

**Дія мовленнєва** — див. *Хід мовленнєвий*.

**Діяльність мовленнєва** — спеціалізоване вживання мовлення в процесах взаємодії між людьми; частковий випадок діяльності спілкування із застосуванням мовного коду.

**Діяльності мовленнєвої теорія** — напрям у радянському мовознавстві, варіант психолінгвістики, в основі якого лежало поняття мовлення як діяльності. Від психолінгвістики відрізнявся широким залученням аспектів соціального контексту, урахуванням ролі паралінгвальних засобів у комунікації та деякими іншими рисами.

**Доречність мовлення** — риторична складова спілкування, пов'язана з реєстровими аспектами дискурсу і орієнтацією на особу адресата.

**Досвід комунікативний** — сукупність уявлень про вдачі та невдачі комунікативні тактики, які ведуть або не ведуть до реалізації відповідних комунікативних стратегій.

**Евокативність** — здатність повідомлення, дискурсу, тексту викликати у свідомості адресата значну кількість асоціацій.

**Евфемізми** (грец. *euphēmismos* від *eu* — добре і *phemi* — говорю) — емоційно нейтральні слова або вирази, які вживають замість синонімічних їм слів або виразів, що видаються мовцями непристойними, грубими або нетактовними.

**Екзегетика** (грец. *exēgetikos* — той, що тлумачить, пояснює) — філософсько-методологічне (і релігійне) вчення, в основі якого лежить вивчення інтеракції релігійних текстів з урахуванням контексту, в якому ці тексти створювались.

**Експліцитний** (франц. *explicite* — явний) **смісл (інформація)** — явний, виражений смисл, який сприймається комунікантами із значень мовних одиниць.

**Експресив** (лат. *expressio* — вираження) — тип мовленнєвого акту, іллокутивна мета котрого — експлікувати психологічний стан адресанта, його ставлення до того, про що він повідомляє адресата.

**Експресія мовлення (комунікативна)** — насиченість повідомлень мовними і позамовними засобами вираження суб'єктивного ставлення адресанта до адресата або змісту комунікації, їх оцінки.

**Екстралінгвальний** — позамовний, такий, що стосується позамовної дійсності, в межах котрої розгортається комунікація, розвивається і функціонує мова.

**Емотив** — див. *Експресив*.

**Емпатія** (грец. *empathia* — співчуття) комунікативна — комплексне поняття, пов'язане зі співпереживанням, вчуванням учасників комунікації в почуття, емоції, свідомість тощо один одного, що сприяє успішності комунікації, виформуванню сприятливої атмосфери спілкування.

**Ентропія** (грец. *en* — в і *tropē* — зміна, перетворення) повідомлення — спрощення частини інформації на шляху від мовця до слухача.

**Еристика** (грец. *eristikos* — той, що сперечається) — мистецтво суперечки, полеміки; наука, що розробляє загальні методи і прийоми ведення полеміки і дискусій.

**Етикет** (франц. *étiquette* — встановлений порядок поведінки) комунікативний — куртуазний аспект спілкування; дотримання принципу етикетності комунікації.

**Етикет мовленнєвий** — система стандартних, стереотипових словесних формул, уживаних у ситуаціях, що повторюються повсякденно: вітання, вибачення, запрошення, прощання тощо.

**Етнографія мовлення** — див. *Етнолінгвістика*.

**Етноейдема** (грец. *ethnos* — народ і *eidos* — образ, форма) — наскрізний словесно-образний лейтмотив дискурсу (тексту); закріплені культурою в словах (зворотах) мовного коду емоційні стани і ситуації, притаманні певному етносу; специфічні національно-образні емоційні концепти.

**Етнокомунікація** — див. *Комунікація міжкультурна*.

**Етнолінгвістика** — розділ мовознавства, який вивчає мову у її співвідношенні з культурою, взаємодію мовних, етнокультурних і етнопсихологічних чинників у функціонуванні, еволюції мови, а також у процесах міжкультурної комунікації.

**Етнотекст** — текст, мовний код котрого є рідним для автора-носія конкретних етнокультурних рис.

**Ефект перлокутивний** — досягнення адресантом за допомогою мовленнєвих актів певної іллокуції адекватного своїй комунікативній меті реагування адресата.

**Ефективність спілкування** — складова інтерактивності; досягнення у процесах спілкування згоди, взаєморозуміння, кооперації, виформування сприятливої атмосфери комунікації.

**Жанр мовленнєвий** — прийняті в конкретних ситуаціях і призначені для передавання певного змісту типові способи побудови мовлення; розгорнута мовленнєва побудова, яка складається з кількох (іноді значної кількості) мовленнєвих актів, іллокутивна сила котрих підпорядкована певній стратегії й тактиці адресанта.

**Жест** — складова паралінгвістичних засобів спілкування, зокрема кінесики; виразний рух пальців, рук у комунікації. У випадках усвідомленого вживання служить для передавання інформації, емоцій, психічних станів, бажань тощо; у випадках неусвідомлюваного вживання несе інформацію про психічні стани мовця. Жести мають соціальні й національно-культурні особливості.

**Задум** — див. *Інтенція*.

**Закони спілкування (комунікативні закони)** — найзагальніші поняття, в яких знаходять своє відображення імпліцитні основи комунікації, тобто те, що відбувається між учасниками спілкування; вони незалежні від конкретних умов і комунікативної ситуації, тобто реалізуються незалежно від того, хто спілкується, з якою метою, в якій ситуації тощо.

**Засоби паралінгвістичні** — немовні засоби комунікації (кінесика, проксемика, ольфакторика, засоби інших семіотичних систем). Див. *Парамова*.

**Зв'язок зворотний безоцінний** — тип зворотного зв'язку, у якому не відображено ставлення адресата до змісту комунікації. Використовується у випадках, коли потрібно більше дізнатися про почуття людини або допомогти співбесіднику сформулювати думку щодо обговорюваного, прямо не втручаючись у його дії.

**Зв'язок зворотний оцінний** — повідомлення своєї думки, свого ставлення до того, про що йдеться у спілкуванні.

**Зв'язок зворотний у спілкуванні (зворотна інформація)** — реакція на повідомлення з боку адресата (словесна, паралінгвальна), яка допомагає адресантові орієнтуватись в особі першого, визначати міру дієвості своїх аргументів, переконуватись у досягненні чи не досягненні комунікативної мети (перлокутивного ефекту) тощо.

**Здатність мовна** — багаторівнева система неусвідомлюваних правил мовленнєвої діяльності, яка формується у свідомості людини. Це система компонентів, які служать узагальненим відображенням системи мови. Реалізується за особливими правилами у відповідності з комунікативним завданням, ситуацією спілкування і комунікативними здатностями учасників спілкування.

**Змістовність мовлення** — когнітивно-риторичний аспект спілкування, пов'язаний з максимами кількості та якості інформації, продумуванням адресантом найважливіших положень, які розвиватимуться в дискурсі, а також його складових — мовленнєвих жанрах та повідомленнях.

**Змішування кодів (у комунікації)** — неусвідомлюваний перехід адресанта (мовця) у процесах мовного спілкування з однієї мови (діалекту, стилю) на інший, не пов'язаний зі зміною умов комунікації, найчастіше внаслідок низької мовної компетенції в одній із використовуваних мов. Пор.: *Переключення кодів*.

**Значення** — пов'язаний з конкретною мовною одиницею у свідомості носіїв мови узагальнений образ певного предмета або ситуації, факту, події.

**Ігри мовленнєві (комунікативні)** — термін Е. Берна; сукупність повторюваних мовленнєвих дій, які мають приховану мету — отримання певного виграшу або психологічного «погладжування», наприклад: «Мене тут не цінять», «Я невдаха» тощо.

**Ідіостиль (грец. *idios* — свій, особливий і лат. *stilus* — паличка для письма)** — неповторний спосіб спілкування, притаманний окремій



особі; сукупність мовних і позамовних складових, чинників мовної та комунікативної компетенції окремого носія мови і культури.

**Іллокуція** (англ. *il* — префікс, який має посилювальне значення, і *locution* — мовний зворот) (іллокутивний акт) — втілення у висловлюванні, породжуваному в процесі мовленнєвого акту, певної комунікативної інтенції, комунікативної мети, що надає висловлюванню конкретної спрямованості.

**Імідж** (англ. *image* — образ) — образ людини, уявлення оточуючих про неї, часто створене цілеспрямовано.

**Імплікатури** (англ. *implication*, від лат. *implicamentum* — плетіння) мовленнєвого спілкування — прагматичні компоненти змісту повідомлень, мовленнєвих жанрів, дискурсів, які виводяться адресатом з контексту спілкування завдяки знанню комунікативних принципів, максим, постулатів та конвенцій спілкування.

**Імплікація** (лат. *implicatio* — сплетення, переплетення) — логічна операція, що пов'язує два висловлювання в одне складне і, як правило, в мові відповідає сполучнику «якщо..., то ...».

**Імпліцитний** (франц. *implicite* — неявний) смисл (інформація) — неявний, прихований смисл, який виводиться слухачем (читачем) із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації та контексту спілкування.

**Імпринтинг** (англ. *imprinting* — закарбовуватись у пам'яті, душі) — психологічний феномен запам'ятовування певної інформації під впливом зовнішнього стимулу, який ніби запускає механізми пам'яті учасників спілкування.

**Ініціатива комунікативна** — комплексне поняття процесу міжособистісного спілкування; прагнення учасників до такого використання компонентів комунікативного акту, домінування яких забезпечило б найповніше втілення стратегій спілкування і досягнення комунікативної мети.

**Інтенція** (лат. *intentio* — устремління, бажання) комунікативна — категорія лінгвістичної прагматики та теорії мовленнєвих актів; комунікативний намір адресанта (осмислений чи інтуїтивний), який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення.

**Інтерактивність** — категорія дискурсу, комунікації в цілому, яка полягає у взаємодії адресанта і адресата в конкретній ситуації за допомогою вербальних і невербальних засобів мовного коду.

**Інтерація міжкультурна** — взаємодія носіїв різних культур і, як правило, мов у процесах міжкультурної комунікації з використанням вербальних та невербальних засобів мовного коду.

**Інтерація мовленнєва** — взаємодія комунікантів у процесах спілкування з використанням засобів мовного коду.

**Інтерпретація** (лат. *interpretatio* — посередництво) — когнітивний процес і одночасно результат переведення адресатом опрацьованого тексту (дискурсу) в словесно-знакову форму, наділення його індивідуальними смислами.

**Інтеррогатив** — тип мовленнєвого акту, в якому формулюється запит інформації.

**Інтертекстуальність** — включеність у певний текст фрагментів або елементів інших текстів.

**Інтонація** (ср.-лат. *intonatio*, від лат. *intono* — голосно вимовляю) мовлення — єдність мелодики, інтенсивності, довготи звучання, темпу мовлення, тембру, паузування. Разом з наголосом утворює просодіку мовлення.

**Інформатив** — мовленнєвий акт, за допомогою якого мовець інформує всіх учасників полілогу про той іллокутивний акт, який він здійснює одночасно стосовно всіх учасників комунікації.

**Інформативність комунікації** — категорія дискурсу, яка відображає взаємодію інформаційних просторів усіх складових дискурсу і збагачує когнітивні бази його учасників.

**Інформація (в комунікації)** — повідомлення про речі, факти, події тощо в комунікації, які оформляються і передаються за допомогою вербальних і невербальних засобів. У мовознавстві інформація пов'язується із Значеннями (див.) і Смислами (див.).

**Інформація експліцитна (у комунікації)** — явний, виражений смисл, який прямо сприймається комунікантами із значень складових мовного коду.

**Інформація імпліцитна (у комунікації)** — смисл, який неявно, непрямом виводиться комунікантами із значень одиниць мовного коду під впливом конситуації спілкування.

**Канал комунікації** — «місток», який поєднує адресанта і адресата; засоби, за допомогою яких надсилається повідомлення.

**Картина світу концептуальна** — уявлення певного колективу, людства в цілому про елементи, організацію тощо об'єктивної дійсності, відображенні в наукових поняттях.

**Картина світу мовна** — відображенні в категоріях, одиницях і формах мови як комунікативного коду уявлення певного мовного колективу про будову, елементи, процеси тощо, які відбуваються в об'єктивній дійсності. Цілісне зображення мовою всього того, що існує в об'єктивній дійсності.

**Категорія дискурсивна (текстова)** — найзагальніша інваріантна парадигмальна властивість дискурсу як інтерактивного явища та його результату — тексту.

**Кінема** (грец. *kinēma* — рух) (кінеморф, кіне) — одиниця кінесики.

**Кінесика** (грец. *kinētikos* — той, що дає рух) — рухи, що сприймаються комунікантами за допомогою зору: жести, міміка, постави тіла, оформлення зовнішності, почерк тощо.

**Когезія** (лат. *cohaereo* — зв'язувати) — структурно-граматична категорія зв'язності тексту.

**Когерентність** (лат. *cohaerentis* — зчеплення, зв'язок) — семантична категорія зв'язності тексту.

**Код** (франц. *cod* — умовні позначення) комунікативний — мова або її різновиди (діалект, сленг, стиль тощо), а також немовні засоби (паралінгвальні, інтонаційні тощо), які використовують учасники комунікативного акту.

**Кодування інформації** — втілення задуму (інтенції) адресанта в засоби конкретної ідіоетнічної мови за законами її функціонування; перехід від особистісних смислів адресанта до їх утілення в загальноприйняті значення одиниць мовного коду.

**Комісив** (лат. *commissum* — доручати) — тип мовленнєвого акту, іллокутивна мета якого — накласти на адресанта зобов'язання виконати певні дії у майбутньому або дотримуватись певної лінії поведінки.

**Компетенція** (лат. *competentia* — приналежність по праву) **комунікативна** — сукупність знань і умінь учасників інтеракції спілкування у різноманітних умовах (ситуаціях) з різними комунікантами; набір комунікативних стратегій разом із володінням комунікативними правилами, максимами, постулатами і конвенціями спілкування.

**Компетенція культурна (у комунікації)** — розуміння і орієнтація адресанта в базових елементах культури, крізь які усвідомлюється предметний (феноменальний) світ носіями певної ідіоетнічної мови.

**Компетенція мовна** — знання учасниками комунікації мови (мовного коду), передусім правил, за якими породжуються правильні мовні конструкції та повідомлення, здійснюється їх трансформація.

**Компоненти комунікації** — найважливіші складові комунікативного акту, які включають адресанта, адресата, канал комунікації, код, контакт, зворотний зв'язок, комунікативний шум, контекст і ситуацію спілкування.

**Комунікабельність** — володіння соціальним аспектом мовленнєвого контакту (дотримання у спілкуванні соціальних норм, володіння комунікативною компетенцією тощо); використання цих знань і умінь з бажанням досягти запланованого перлокутивного ефекту.

**Комуніканти** — особи, які беруть участь у спілкуванні: у діалозі — адресант (мовець) і адресат (слухач); у полілозі — адресант, адресати, учасники.

**Комунікативістика** (англ. *communicology, communication science*) — наука, яка вивчає системи засобів і гуманітарних функцій масових інформаційних зв'язків, що здійснюються на різних етапах цивілізації з допомогою різних мов, а також вербальних і невербальних засобів.

**Комунікативна грамотність** — сукупність комунікативних знань, умінь і навичок людини, які дають змогу їй ефективно спілкуватися в усній і писемній формах; знання законів, правил і засобів ефективної усної та писемної комунікації.

**Комунікативна лінгвістика** — розділ і водночас новий напрям сучасної динамічно і антропоцентрично зорієнтованої науки про мову, предметом якого є процеси спілкування людей з використанням «живої» природної мови, а також з урахуванням усіх наявних складових комунікації (фізичних, фізіологічних, психологічних, соціальних, контекстних, ситуативних та ін.).

**Комунікативна поведінка** — поведінка індивіда в процесах спілкування, яка регулюється комунікативними нормами і традиціями, яких він як учасник спілкування дотримується.

**Комунікативний кодекс** — система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації і ґрунтуються на певних категоріях і критеріях.

**Комунікативний намір (комунікативне завдання)** — тактичний хід, практичний засіб руху до відповідної комунікативної мети.

**Комунікація** (лат. *communicatio* — *робити спільним*) — 1. Один із модусів існування явищ мови (поряд з Мовою і Мовленням). 2. Смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії, спілкування; операції з інформацією у спілкуванні; складова спілкування поряд з перцепцією та інтеракцією. У широкому розумінні — спілкування особистостей за допомогою мовних і паралінгвальних засобів з метою передавання інформації.

**Комунікація вербальна** — цілеспрямована психо-лінгво-ментальна діяльність учасників спілкування за допомогою мовного коду, результатом котрої є інформаційний обмін, взаємовплив тощо.

**Комунікація масова** — спілкування з аудиторією, яка складає 1000 і більше осіб за допомогою спеціальних засобів (радіо, преса, телебачення, Інтернет тощо).

**Комунікація міжкультурна** — спілкування носіїв різних культур, які, як правило, послуговуються різними мовами.

**Комунікація міжособистісна** — взаємний обмін суб'єктивним досвідом людей, які перебувають у просторовій близькості, мають можливість бачити, чути, торкатися один до одного, легко забезпечувати зворотний зв'язок.

**Комунікація невербальна** — взаємодія між учасниками спілкування за допомогою невербальних (паралінгвістичних) засобів.

**Конвенції** (лат. *conventio* — *згода, угода*) (звичай) спілкування — елементи культури, котрі можуть варіюватись, не зачіпаючи стратегій і тактик комунікації, наприклад, приходити на бал у чорному фракці з краваткою-метеликом.

**Конотація** (лат. *connotatio* — *той, що має додаткові значення*) — додаткові семантичні або стилістичні відтінки основного значення слова, фразеологізму тощо, які надають їм певного експресивно-емоційного забарвлення у спілкуванні.

**Конситуація спілкування** — фізичні, соціально-психологічні, часові та інші обставини, в межах яких відбувається спілкування.

**Констатив** (англ. *constative*, від лат. *constat* — *містити в собі, стояти стійко*) — тип повідомлення, яке позначає стан речей, констатує факт об'єктивної (чи такої, яка вважається об'єктивною) дійсності.

**Контекст** (лат. *contextus* — *тісний зв'язок*) спілкування — середовище, час, особливості каналу комунікації та інші умови, в яких має місце конкретне спілкування.



**Контент-аналіз** (англ. *content-analysis*) дискурсу (тексту) — експериментальний спосіб вивчення дискурсу (тексту) з використанням точних статистичних даних із залученням обчислювальної техніки.

**Континуум** (лат. *continuum* — безперервне, суцільне) дискурсу — категорія дискурсу, обумовлена просторово-часовою взаємодією його породження і сприйняття, а також подійної динаміки інформації.

**Конфлікт** (лат. *conflictus* — зіткнення) комунікативний — зіткнення комунікативних стратегій адресанта і адресата, яке унеможливорює спілкування.

**Крок у діалозі** — див. *Репліка*.

**Культура мовлення** — володіння адресантом нормами усного і писемного літературного мовлення, уміння використовувати зображальні засоби мовного коду в різних умовах, сферах, регістрах спілкування у відповідності з метою і змістом комунікації.

**Лідер групи мовної** — мовна особистість, яка стала взірцем комунікативної та мовленнєвої поведінки в мовній групі.

**Лінгвістика комунікативна** — див. *Комунікативна лінгвістика*.

**Лінгвокультурема** — одиниця аналізу міжкультурного спілкування, комплексне міжрівнєве поняття, єдність лінгвального і екстралінгвального (культурного) змісту.

**Лінгвокультурологія** — розділ мовознавства, який вивчає взаємозв'язок і взаємодію культури і мови в їх функціонуванні.

**Логічність і послідовність мовлення** — когнітивно-риторична складова спілкування, пов'язана з виформуванням мікро- і макрорем дискурсу, зв'язків між мовленнєвими жанрами з метою реалізації стратегії впливу на адресата.

**Локуція** (англ. *locution* — мовний зворот) (локутивний акт) — побудова фонетично і граматично правильного висловлювання певної мови з певним смислом і референцією.

**Максими** (лат. *maxima* — принцип) спілкування — імпліцитні правила ведення кооперативного діалогу, які виділяються в межах принципів спілкування.

**Манера спілкування** — див. *Ідіостиль спілкування*.

**Мета комунікативна** — запланований адресантом стратегічний результат, на котрий скероване спілкування; глобальний перлокутивний ефект, наприклад, змусити когось щось зробити.

**Милозвучність мовлення** — звукова організація мовлення, гармонійне звучання певних мовних елементів, що сприяє ефективному іллокутивному впливу. Засоби милозвучності: рима, анафора, епіфора, звукові повтори та ін.

**Мислення мовленнєве** — реалізація мисленнєвої діяльності в мовленнєвих формах, тобто зовнішньому або внутрішньому мовленні.

**Міміка** (грец. *mimikos* — наслідувальний) — одна з найважливіших складових кінесики, пов'язана з різноманітними виразами обличчя, рухами його частин.

**Мітигація** (лат. *mitigo* — розм'ягчувати) — комунікативна стратегія адресанта, направлена на створення комфортної атмосфери спілкування.

**Мова** — 1. Один із модусів існування людської мови (поряд з Мовленням і Комунікацією). 2. Див. Код комунікативний.

**Мова рідна** — перша мова, якою оволодіває людина з дитинства. Найчастіше збігається з мовою батьків («материнська мова») або одного з них (якщо вони носії різних мов). Іноді рідною мовою стає мова, засвоєна у зрілому віці. Рідна мова — одна з основних ознак етнічної приналежності людини.

**Мовець** — Див. Адресант.

**Мовлення** — 1. Один із модусів існування людської мови (поряд з Мовою і Комунікацією). 2. Індивідуальний акт говоріння або письма, який має усну, писемну або друковану форму вияву. 3. Постійно повторюваний процес спілкування однією мовою.

**Мовлення внутрішнє** — особливий тип неоформленої в звуках, паралінгвістичних засобах або графічних знаках мовленнєвої діяльності, для якої характерна значна згорнутість граматичної структури і змісту; це мовлення для себе, засіб автокомунікації.

**Мовлення діалогічне** — форма мовлення, у випадку вживання котрої відбувається безпосередній обмін повідомленнями між двома (максимально — трьома, чотирма) учасниками спілкування. Цьому типу мовлення притаманний ряд особливостей, передусім лаконічність, використання паралінгвістичних засобів (жести, міміка тощо), інтонації, еліптичних речень тощо.

**Мовлення монологічне** — форма мовлення, пов'язана з комунікативною ініціативою одного з учасників спілкування. Цей тип мовлення характеризується повнотою викладу, можливістю широкого розгортання думки, використання аргументів та іншим. Може здійснюватись як в усній, так і в писемній формах з притаманними їм комунікативними особливостями.

**Мовлення фатичне (поведінка мовленнєва фатична)** — мовленнєва поведінка адресанта, скерована на те, щоб висловитися і зустріти розуміння, тобто на підтримку мовленнєвого контакту як такого.

**Мовна особистість** — людина, яка володіє сукупністю здатностей і характеристик, які обумовлюють створення й сприйняття нею текстів, що вирізняються мірою структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності.

**Мовознавство, або лінгвістика** — наука про природну людську мову загалом і про всі мови світу як її індивідуальних представників.

**Модальність** (лат. *modus* — спосіб) — функціонально-семантична мовна категорія, яка є носієм різних видів відношення повідомлень (висловлювань) до дійсності, а також мовця до того, про що він повідомляє слухачеві: як до правдивого/неправдивого, хорошого/поганого тощо.

**Моделі комунікації** — схеми, у яких представлений процес комунікації (лінійні, інтеракційні, трансакційні).

**Моделі породження мовлення (моделі вербалізації)** — схеми, у яких представлений процес породження мовлення адресантом (рівневі, циклічні, інтегративні).

**Монолог** (грец. *monos* — один і *logos* — слово, вчення) (монологічна форма спілкування) — форма мовлення, витворена внаслідок активної мовленнєвої діяльності адресанта, розрахованої на пасивне і опосередковане її сприйняття адресатом (аудиторією).

**Мотив спілкування** — індивідуальна потреба у конкретному типі спілкування.

**Навичка мовлення** — компонент свідомо виконуваної мовленнєвої діяльності (мовлення); мовленнєва дія, яка досягла в результаті численних повторень міри автоматизму.

**Намір комунікативний** — див. *Інтенція*.

**Невдача комунікативна** — див. *Девіація комунікативна*.

**Некомунікабельність** — неволодіння або неповне володіння соціальними аспектами мовленнєвого спілкування; уникнення спілкування з іншими людьми.

**Нерозуміння** — невміння або нездатність адресата в силу різних причин декодувати мовленнєве і/або паралінгвістичне повідомлення адресанта.

**Неформальні групи** — групи комунікантів, які виникають спонтанно, внаслідок соціальної взаємодії людей, зацікавленості, симпатії тощо.

**Носій мови** — представник певної соціокультурної і мовної спільноти, який володіє нормами цієї мови, активно послуговується мовою в різних сферах спілкування.

**Образність мовлення** — див. *Виразність мовлення*.

**Обставини спілкування** — див. *Конситуація*.

**Ознака комунікативна** — окрема риса комунікативної поведінки, яка виокремлюється як релевантна для опису в умовах зіставлення комунікативних культур або особливостей комунікативної поведінки індивідів та мовних груп.

**Ольфакторика** (лат. *olfactus* — чути нюхом) — запахи, які використовуються в комунікації (тіла, косметики тощо).

**Особистість мовленнєва (комуніканта)** — представлений у комунікації фрагмент свідомості адресанта або адресата як мінімум на трьох рівнях: вербально-семантичному, тезаурусному і мотиваційно-прагматичному.

**Пам'ять довготривала** — вид пам'яті, яка дозволяє учасникам орієнтуватись у світі в цілому, підтримувати контакти з людьми, певний час тримати в пам'яті важливі для особистості події, слова, вчинки тощо.

**Пам'ять короткотривала** — вид пам'яті, яка дозволяє учасникам орієнтуватись у плінні комунікації, пам'ятати попередні репліки, аргументи, цифри, факти тощо.

**Пам'ять (у комунікації)** — процес зберігання сприйнятої інформації з метою подальшого її використання у спілкуванні, конкретних діях тощо.

**Паралінгвістика** (грец. *para* — біля і *лінгвістика*) — розділ науки про мову, який вивчає роль паралінгвістичних засобів, парамови (кінесики, проксемики та ін.) та їх зв'язків з вербальними засобами у спілкуванні.

**Парамова** — семіотична система, яка ґрунтується на сукупності паралінгвістичних засобів спілкування.

**Паспорт людини комунікативний** — комплексна інформація, яку особа підсвідомо, «автоматично» повідомляє про себе в комунікації (засобами мовного коду, паралінгвістичними засобами, мовчанням, паузами, гезитаціями, інтонацією, використанням правил, законів, максим, конвенцій тощо) іншим учасникам спілкування і тим, хто за цим спілкуванням спостерігає.

**Паспорт людини мовний** — інформація, яку особа підсвідомо, «автоматично» повідомляє про себе в комунікації іншим учасникам спілкування і тим, хто за цим спілкуванням спостерігає, вживаючи засоби мовного коду.

**Пауза** (лат. *pausa*, від грец. *pausis* — зупинка) — перерва в мовленні, котрій акустично відповідає відсутність звучання, а фізіологічно — зупинка в роботі мовленнєвого апарату.

**Переклад** — допоміжний вид мовленнєвої діяльності, за допомогою якого здійснюється передавання змісту тексту (дискурсу) засобами іншої мови.

**Переключення кодів (у комунікації)** — усвідомлений перехід адресанта (мовця) у процесах мовленнєвого спілкування з однієї мови (діалекту, стилю) на іншу (інші), пов'язаний із зміною умов комунікації. Пор.: *Змішування кодів*.

**Переключення коду (в комунікації)** — комунікативна стратегія адресанта на зближення з адресатом, заснована на пошуку зближення позицій: використання спільного мовного коду, пристосування до чужого реєстру спілкування, сприйняття запропонованої тональності тощо.

**Переконливість мовлення** — когнітивно-риторична складова спілкування, пов'язана з досягненням перлокутивного ефекту впливу адресанта на ментальну сферу адресата за допомогою мовного коду. Важливою складовою є логічність побудови повідомлень та їх зв'язків.

**ПЕРЕФРАЗУВАННЯ** — вид рефлексивного слухання і одночасно тип зворотного зв'язку, сутність якого полягає в передаванні адресанту його ж повідомлення, але словами адресата з метою перевірки точності почутої інформації.

**Перешкоди комунікативні** — див. *Шум комунікативний*.

**Перлокуція** (лат. *per* — префікс, що означає посилення, і *англ. locution* — мовний зворот, вислів) (перлокутивний акт) — наслідки впливу іллокутивного акту на конкретного адресата.



**Перформатив** (сер.-лат. *performo* — дію) — висловлювання, еквівалентне дії, вчинку; тип повідомлення, рівного мовленнєвому вчинку; повідомлення, пропозитивна складова котрого не може бути оцінена в межах категорій істинності/неістинності.

**Підтекстовий імпліцитний зміст** — інформація, передавання якої входить у приховані комунікативні наміри відправника тексту (адресанта, мовця, автора).

**Поведінка мовленнєва** — використання мови (мовного коду) учасниками спілкування в конкретних обставинах з оперттям на відповідний рівень володіння комунікативною і мовною компетенціями.

**Повідомлення** — одна з найважливіших категорій Комунікації як модусу існування людської мови, співвідносна з реченням у Мові та висловлюванням у Мовленні; комунікативна дія, втілена в конкретну пропозитивну структуру з конкретними асертивно-пропозитивними інформаційними складовими. «Енергетичним» стрижнем повідомлення є мовленнєвий акт.

**«Погладжування»** — термін трансакційного аналізу, введений Е. Берном; вживання адресантом різноманітних мовленнєвих формул, мовних і позамовних (паралінгвальних) прийомів, скерованих на встановлення або продовження контакту, підтримання високого іміджу адресата, виявлення прихильності до нього тощо.

**Позиція комунікативна** — поняття трансакційного аналізу; комунікативна роль, яку підсвідомо виконує кожен з учасників спілкування. За Е. Берном це ролі Дитини, Батька і Дорослого.

**Полілінгвізм** — див. *Багатомовність*.

**Полілог** (грец. *polis* — численний і *logos* — слово, вчення) — форма мовленнєвого спілкування кількох (трьох і більше) осіб з приблизно однаковою комунікативною активністю.

**Помилка** — див. *Девіація*.

**Породження (продукування) мовлення (процес вербалізації)** — один із головних (поряд із сприйняттям та розумінням) процесів мовленнєвої діяльності, який полягає в плануванні та реалізації мовлення в звуковій або графічній знаковій формі.

**Постулати спілкування** — складові максимуму спілкування.

**Потреби комунікативні** — особливий вид потреб, які спонукають вступати у мовленнєве спілкування з метою вирішення вербальних і невербальних проблем.

**Правила спілкування** — вимоги до одного із учасників комунікації, скеровані на підтримку спілкування.

**Правильність і чистота мовлення** — риторичний аспект спілкування, складова комунікативної компетенції адресанта, його культури мовлення, пов'язана з дотриманням усних чи писемних норм літературної мови.

**Прагматика** (грец. *pragma*, *pragmatos* — діло, справа, дія) **комунікативна** — складова спілкування, пов'язана з виявом у мовленнєвому коді інтерактивних співвідношень комунікантів, а також їх ставлення до конситуації.

**Прагматичні аспекти спілкування** — аспекти, пов'язані з впливом суб'єктів один на одного за допомогою мовних засобів (коду).

**Презумпція повідомлення** — див. *Пресупозиція*.

**Пресупозиція** (лат. *prae* — *попереду* і *suppositio* — *передбачення*) (у широкому значенні) — спільний фонд знань, спільний досвід, спільні попередні відомості про явище, подію, стан речей тощо, якими володіють комуніканти; зона перетину когнітивних просторів учасників комунікації, яка актуалізується у процесі спілкування.

**Пресупозиція** (у вузькому значенні) — імпліцитний компонент смислу повідомлення (висловлювання), який повинен бути істинним, щоб повідомлення (висловлювання) загалом не сприймалось як семантично аномальне або недоречне у певному контексті.

**Принципи спілкування** — найзагальніші вимоги до всіх учасників спілкування в межах комунікативного акту: Кооперації (Співробітництва) і Ввічливості (Етикетності).

**Притекстовий імпліцитний зміст** — інформація, яка може бути виведена із тексту, хоча її передавання і не входило в комунікативні наміри адресанта.

**Провал комунікативний** — тип комунікативної девіації; повна неможливість подальшого спілкування.

**Проксеміка** (лат. *proximus* — *найближчий*) — просторові взаємостосунки людей у процесі спілкування; відстань між мовцями, розташування робочих місць тощо.

**Пропозиція** (лат. *propositio* — *пропонування*) повідомлення (висловлювання) — смисловий інваріант повідомлення (висловлювання), узагальнений образ ситуації, який описується у повідомленні; цілісна одиниця смислу повідомлення (висловлювання), яка залишається незмінною при його трансформаціях.

**Просодика** (грец. *prosōdikos* — *той, що стосується наголосу*) мовлення — сукупність фонетичних супrasegmentних характеристик мовлення (висота тону, голосність, довгота, частота, інтенсивність тощо).

**Процес комунікативний** — загальне поняття, яке позначає акт передавання (транслявання) інформації від адресанта до адресата в межах комунікативного акту.

**Псевдокомунікація** — мовленнєва дія особи, яка зовні нагадує інтеракцію, але насправді нею не є (наприклад, «розмови» з рослинами, ламентатії, скеровані в простір, та ін.).

**Психолінгвістика** (грец. *psychē* — *душа* і *лінгвістика*) — розділ теорії мовленнєвої діяльності, у межах якого з психологічних і лінгвістичних позицій вивчаються процеси породження і сприйняття мовлення. У фокусі уваги психолінгвістики — індивід у комунікації.

**Реакція вербальна** — використання мовленнєвої дії як реакції на стимул (мовленнєвий або якийсь інший).

**Регістр** (лат. *registrum* — *список, перелік*) — різновид дискурсу (тексту), що сформувався під впливом ситуативного контексту в спілкуванні соціалізованих особистостей; реалізація дискурсу (тек-

сту) в конкретній конситуації спілкування, в основі якої лежать імпліковані в комунікативній компетенції мовців правила (конвенції, звички) спілкування.

**Резюмування** (франц. *résumé* — короткий виклад суті) — підсумовування основної ідеї, вияву почуттів тощо адресанта, яке дозволяє поєднати фрагменти розмови в єдине ціле.

**Рема** (грец. *rhēma* — сказане) — компонент актуального членування висловлювання; те, що стверджується або про що запитується в темі; елемент формування предикативності.

**Репліка** (франц. *réplique*, від лат. *replico* — відбиваю) — окреме повідомлення осіб, які беруть участь у діалозі; складова діалогу, яка належить одному із учасників трансакції.

**Репрезентатив** — тип мовленнєвого акту, іллокутивна мета котрого полягає в експлікації почуттів та ставлення адресанта до ситуацій, подій, фактів тощо, про які йдеться у його повідомленні, зважаючи на те, що саме ці почуття та індивідуальні оцінки можуть вплинути на адекватність та істинність повідомлення.

**Референт** (лат. *referens* — повідомлюючий) — об'єкт дійсності, предмет думки, з котрим у повідомленні (мовленнєвому акті) співвідноситься конкретний мовний вираз. На відміну від *денотата*, який співвідноситься з класом об'єктів, референт актуалізується в конкретному мовленнєвому акті.

**Референція мовця** — індивідуальна віднесеність змісту повідомлення, дискурсу в цілому, здійснювана адресантом, до явищ дійсності, яка може не збігатися із загальномовною, але впливає із намірів мовця.

**Реципієнт** — див. *Адресат*.

**Ритм** (грец. *rhythos* — чергування) мовлення — організація одиниць мовного коду, яка ґрунтується на достатньо стабільному темпі та низці регулярно повторюваних просодичних явищ (нагологах, тонах, паузах та ін.); важлива структуративна, текстотвірна і експресивно-емоційна функція мовлення.

**Риторика** (грец. *rhētorikē* — мистецтво красномовства) спілкування — сукупність способів побудови виразного мовлення, типів непрямих повідомлень (мовленнєвих актів), непрямих дискурсів (наприклад, маніпулятивних), переносних значень (значень мовця); сукупність засобів творення «поетики тексту», зокрема функціонування текстів і дискурсів як цілісних утворень.

**Ритуали** (лат. *ritualis* — обрядовий) міжособистісні (у комунікації) — стереотипові моделі мовленнєвої поведінки, обмін прийнятими в суспільстві повідомленнями і паралінгвістичними засобами, доречними у даній ситуації, які виконують функції стабілізації стосунків, соціального контролю, передавання досвіду.

**Рівень володіння мовою** — ступінь (міра) сформованості комунікативної компетенції, яка дозволяє вирішувати завдання спілкування з використанням іноземної мови.

**Рівновага комунікативна** — збереження учасниками спілкування ролей не нижче тих, що обумовлені їхніми соціальними ро-

лями і уявленнями про властиві їм комунікативні ролі, власне достойнство тощо.

**Розуміння** — різновид мовленнєвої діяльності людини, яка полягає в установленні адресатом смислу тексту (дискурсу), усвідомленні ним авторських текстових (дискурсних) стратегій, інтенцій.

**Роль комунікативна** — відносно постійна, внутрішньо зв'язана і очікувана іншими система комунікативних (зокрема, мовленнєвих) вчинків індивіда, значною мірою визначена його соціальним статусом, віковими, тендерними та іншими чинниками.

**Роль соціальна (у комунікації)** — комунікативна поведінка людини, яка обумовлюється її соціальним статусом, відбувається за певними правилами (нормами), прийнятими в суспільстві й очікується іншими учасниками спілкування.

**Рухи дейктичні (у комунікації)** — жести, за допомогою яких мовець (адресант) вказує на певний об'єкт; здійснюються пальцем, рукою, киванням голови, напрямом погляду тощо.

**«Самогубство комунікативне»** — груба девіація (серія девіацій) у спілкуванні, яка унеможливорює подальшу комунікацію. Див. *Провал комунікативний*.

**Самопрезентація** — специфічно мотивований і організований адресантом процес представлення інформації про себе у вербальній чи невербальній формах.

**Свідомість дискурсивна** — фрагмент свідомості учасників спілкування, який включає знання про правила мовленнєвої комунікації, її процедури, етикет, інтенцію, ситуативні знання дискурсу та деякі інші, необхідні для недевіативного творення дискурсів та їх складових.

**Семантика комунікативна** — див. *Смисл комунікативний*.

**Середовище діалогове (комунікативне)** — сукупність мовних і позамовних (психологічних, психічних, соціальних, рольових, вікових, гендерних тощо) чинників, а також тональність і атмосфера, в яких відбувається спілкування.

**Сила іллокутивна** — прямо виражений або прихований намір адресанта як функція мовленнєвого акту.

**Системи комунікації невербальні** — різноманітні засоби, в яких втілюються бажання людей зафіксувати і передати інформацію про світ, що їх оточує, за допомогою різних засобів і символів (вишивання, плетіння, орнамент, одяг, зачіски, татування тощо), а також за допомогою диму, звуків барабанів, прапорцевої сигналізації, азбуки Брайля тощо.

**Ситуативний контекст спілкування** — обставини, в яких відбувається спілкування: місце, час, особистість партнера (партнерів), соціальні ролі учасників тощо.

**Ситуація комунікативна** — конкретна ситуація спілкування, в яку входять партнери по комунікації і яка спонукає її учасників до міжособистісної інтеракції. Комунікативна ситуація визначає мовленнєву поведінку, способи реалізації комунікативної інтенції (стратегію, тактику комунікації тощо).



**Словник (лексикон) мовця активний** — сукупність лексичних одиниць, котрі адресант вільно використовує у спонтанному мовленні.

**Словник (лексикон) мовця пасивний** — сукупність лексичних одиниць, зрозумілих носієві мови, але ним не вживаних у спонтанному мовленні.

**Слухання** — вид мовленнєвої діяльності, активний процес відбору звукових сигналів у комунікації. Включає аспекти: сприйняття слухом, уважність, розуміння і запам'ятовування.

**Слухання емпатичне** — вид слухання, коли адресат сприймає інформацію від адресанта з позицій позитивної налаштованості, з бажанням зрозуміти його внутрішній світ.

**Слухання критичне** — вид слухання, коли адресат сприймає почуту інформацію як тенденційну і односторонню або ставиться до адресанта заздалегідь упереджено.

**Смисл мовної одиниці** — зміст, який отримує мовна одиниця при її вживанні в мовленні.

**Смисл комунікативний** — значення (зміст) мовних одиниць та складових парамови дискурсу, яке виформовується в комунікативному акті як результат взаємодії інтенцій мовців у конкретній конситуації спілкування.

**Смисл підтекстовий імпліцитний** — інформація, передавання якої входить у приховані комунікативні наміри адресанта.

**Смисл притекстовий імпліцитний** — інформація, яка може бути виведена з тексту, хоча її передавання не входила в комунікативні наміри адресанта.

**Смисл текстовий імпліцитний** — інформація, передавання якої відповідає явним комунікативним намірам адресанта.

**Соціальна роль** — спосіб поведінки людини, обумовлений її соціальним статусом, правилами (нормами), прийнятими в суспільстві.

**Співрозмовники** — див. *Комуніканти*.

**Спілкування** — сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками та результатами діяльності.

**Спілкування міжособистісне** — взаємодія між кількома людьми, яка здійснюється за допомогою засобів мовленнєвого і позамовленнєвого впливу, в результаті якої виникає психологічний контакт, зароджуються певні стосунки між учасниками спілкування.

**Спілкування мовленнєве** — процес встановлення і підтримки цілеспрямованого, прямого або опосередкованого контакту між людьми за допомогою мови.

**Спілкування соціально орієнтоване** — спілкування людей як представників певних груп (національних, вікових, професійних, статусних тощо); визначальним чинником у такому спілкуванні є рольова позиція.

**Спілкування фатичне** — мовленнєва взаємодія, скерована на те, щоб висловитись і зустріти розуміння; скерована на підтримку розмови, на сам комунікативний акт.

**Спілкування формальне** — спілкування незнайомих або недостатньо знайомих людей, зокрема, з особами, які зайняті виконанням службових обов'язків (з лікарем у поліклініці, адміністратором у готелі тощо).

**Спільнота лінгвокультурна** — єдність етносу, його мови і культури, яка виявляється у специфіці спілкування.

**Сприйняття мовлення** — див. *Розуміння; Інтерація*.

**Статус** (лат. *status* — стан справ, положення) **комунікативний** — див. *Роль комунікативна*.

**Стереотип** (грец. *stereos* — твердий і *typos* — відбиток) — когнітивно-психологічне утворення, схематизований і односторонній образ явища, людини, речі тощо, який ґрунтується на невеликій (часто одній) кількості рис оцінного характеру, що вважаються типовими (взірцевими) для всього класу явищ, речей тощо; суб'єктивне поняття поточного мислення і мовлення, невід'ємна складова мовної картини світу певного етносу.

**Стереотип етнічний** — спрощений, схематизований, емоційно забарвлений образ певної етнічної групи або спільноти, який легко переноситься на всіх представників цієї групи.

**Стереотип національний** — недиференційоване судження, яке позначає в цілому етнічну або національну групу, передбачає наявність певної риси у всіх її представників, містить у собі — приховано або явно — певну оцінку.

**Стереотип професійний** — персоніфікований образ професії, тобто узагальнений образ типового професіонала.

**Стереотип гендерний** — уявлення людей про те, як поведуть себе чоловіки і жінки в комунікації.

**Стиль мови функціональний** — різновид літературної мови, в якому мовний код виступає в певній соціально-значущій сфері суспільно-мовленнєвої практики людей і особливостями котрої обумовлена специфіка спілкування в даній сфері.

**Стиль спілкування** — індивідуальна стабільна форма комунікативної поведінки людини, яка виявляється у будь-яких умовах спілкування: в ділових і особистісних стосунках, у способах прийняття і здійснення рішень, у прийомах психологічного впливу на людей, у методах вирішення міжособистісних та індивідуальних конфліктів тощо.

**Стратегія комунікативна** — правила і послідовності комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення певної комунікативної мети.

**Стратегія мовленнєвого спілкування** — оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації.

**Сфера спілкування** — взаємопов'язаний комплекс ситуацій і тем спілкування, видів мовленнєвої діяльності, обумовлений потребами комунікації; «зони» комунікації, які історично склалися і відрізняються мотивами, цілями, формами і засобами мовного коду. Прийнято виділяти такі сфери спілкування: професійно-виробничу, навчально-професійну, соціально-побутову, соціально-культурну, суспільно-політичну.

**Табу (полінез. *tabu* — заборона) комунікативне** — загальне поняття, що об'єднує мовні, тематичні та контактні заборони, які накладаються на спілкування у певних культурах.

**Табу контактне** — заборона у певних культурах на будь-які форми міжособистісного спілкування.

**Табу мовне** — заборона у певній культурі вживання окремих слів, словосполучень, мовних виразів.

**Табу тематичне** — заборона у певній культурі розмов на конкретну тему.

**Такесика (лат. *tango, tāctum* — зачіпати, торкатися)** — неverbальна комунікація, пов'язана з тактильною системою сприйняття; включає найрізноманітніші дотики: потискування рук, поцілунки, поглажування, поляскування, обійми тощо.

**Тактика комунікативна** — сукупність прийомів і методів реалізації комунікативної стратегії, визначена лінія мовленнєвої поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного.

**Тезаурус (грец. *thesaurus* — запас, скарб)** — 1. Словник, у якому відображені смислові зв'язки між словами, термінами та іншими елементами мови. 2. Словник, у якому зафіксований увесь лексичний запас певної мови з переліком прикладів уживання слів у текстах. 3. У комунікативній лінгвістиці й методиці викладання мови — запас слів індивіда, необхідний для спілкування на певну тему.

**Текст (лат. *textus* — тканина, сплетення)** — результат спілкування (інтерації і трансакції), його структурно-мовна складова і одночасно кінцева реалізація; структура, в яку втілюється «живий» дискурс після свого завершення.

**Текст патогенний** — тип тексту, який завдає шкоди психічному здоров'ю окремої особи, нації, держави, людства: погіршує сприйняття нової, особливо суперечливої інформації, спричинює параноїдальну одержимість певним текстом, знижує морально-психологічний рівень функціонування особистості (Б. Потятинник).

**Текст прецедентний** — тип тексту, основними ознаками якого є особлива значущість як для окремих особистостей, так і для значної кількості осіб, а також багаторазове звернення до нього в дискурсі цих особистостей (Ю. Караулов).

**Тема** — компонент актуального членування висловлювання, початковий пункт повідомлення; те, стосовно чого щось стверджується у висловлюванні.

**Темп** (лат. *tempus* — час) **мовлення** — часова організація одиниць мовного коду, складова інтонації мовлення; важлива смислова і експресивно-емоційна функція спілкування.

**Теорія мовленнєвих актів** — логіко-лінгвістична теорія, у межах котрої вивчається прагматика та структура мовленнєвих актів як складових повідомлень.

**Теорія мовленнєвої діяльності** — методологічна основа комунікативної лінгвістики і психолінгвістики і одночасно напрям у дослідженні мови. Розглядає мовлення як активну, цілеспрямовану і мотивовану діяльність, її функції, мотиви, зв'язок з мисленням, процеси породження і сприйняття повідомлень, дискурсів (текстів), механізми мовлення, види і типи мовлення, співвідношення мови, мовлення і комунікації (в останні роки), а також процеси оволодіння рідною та іноземною мовою.

**Тональність спілкування** — усвідомлена (інтенціонально-вольова) або неусвідомлена (позаінтенціональна) емоційно-аксіологічна і змістовно-інформативна організація мовного матеріалу (у його динамічному вияві), за допомогою якої адресант формує повідомлення, мовленнєвий акт певної іллокуції, впливає на емоційно-психологічну сферу адресата, а іноді й на ситуацію спілкування.

**Точність мовлення** — когнітивно-риторичний аспект спілкування, одна з найважливіших складових тактики адресанта, пов'язана з добором і побудовою повідомлень у повній відповідності із стратегією комунікації.

**Трансакційний** (лат. *trans* — *крізь* і *акційний*) **метод** — аналіз міжособистісних стосунків з оперттям на засоби мовного і паралінгвального (жести, міміка, поведінка тощо) кодів; аналіз спілкування із врахуванням психологічних ігор, в яких виявляються «его-стані» мовців, та «сценаріїв», відповідно до яких часто підсвідомо діють учасники спілкування.

**Трансакція мовленнєва** — сукупність усіх типів мовленнєвої взаємодії в дискурсі.

**Умови успішності спілкування** — див. *Правила спілкування; Принципи спілкування; Максими спілкування*.

**Установка адресанта** — заснована на досвіді передусвідомлена комунікативна мета, що визначає мовленнєву дію і задум дискурсу (тексту).

**Фальстарт** — викликаний різними причинами невдалий початок адресантом комунікативного акту; раптова перерва у мовленні адресанта, яке він щойно розпочав.

**Фігура мовлення** — стилістичний засіб, який збільшує смислову виразність повідомлень, дискурсів і має регулярні моделі реалізації; засіб утілення найбільш інформативної і творчої форми реалізації значень (смыслу) мовця.

**Фільтри комунікації** — соціальні, культурні, психологічні тощо обмеження на інформацію в комунікації (цензура, заборони, табу, недовіра з боку адресата тощо).



**Формальна група** — група, створена за чимось рішенням, у межах якої здійснюються ділові контакти, спрямовані на виконання групових завдань.

**Форми мовного спілкування** — типи інтеракції, виділені залежно від немовних складників комунікації: форми втілення засобів мовного коду, способу взаємодії між учасниками, специфіки каналів, функцій та змісту повідомлень, сфери спілкування та ін.

**Фрейм** (англ. *frame*) — структура, що репрезентує стереотипні ситуації у свідомості людини і призначення для ідентифікації нової ситуації, що ґрунтується на такому ситуативному шаблоні.

**Функції спілкування** — найважливіші способи використання міжособистісної інтеракції в суспільстві: контактна, інформативна, спонукальна, координативна, пізнавальна, емотивна, встановлення стосунків, впливова та деякі інші.

**Хезитація** (грец. *hesitation* — коливання, затинання) — різновид паузи, викликаний обдумуванням можливих варіантів продовження мовлення, пошуком потрібного елемента мовного коду, перебуваючою структурою повідомлення в процесах вербалізації тощо.

**Хід мовленнєвий** — одиниця діалогічного спілкування, яка охоплює мовленнєві акти від моменту початку розмови до зміни мовця.

**Хронеміка** (грец. *chronos* — час) — час, який впливає на перебіг спілкування (хезитація, очікування початку спілкування, проведення у спілкуванні час тощо).

**Чистота мовлення** — див. *Правильність і чистота мовлення*.

**Чіткість мовлення** — риторична характеристика манери вимови адресанта, підкреслення ним інтонаційними засобами змістовних аспектів спілкування.

**Членування висловлювання актуальне** — виділення у висловлюванні як одиниці модусу Мовлення теми (даного) і реми (нового; того, що стверджується про тему).

**Шок** (франц. *choc* — удар, поштовх) **культурний** — реакція особи при зіткненні з принципово новою для себе культурною реальністю, яка викликає конфлікт між звичними для неї цінностями, нормами, мовленнєвими звичками тощо; унеможливлення спілкування в результаті такого зіткнення.

**Шум інформаційний** — різні форми перекручення, деформування, змін у повідомленнях тощо, які затруднюють процес передавання та/чи сприйняття інформації в комунікації.

**Шум комунікативний** — різноманітні форми порушень та/або деформації повідомлень, які утруднюють процес передавання або сприйняття інформації.

**Якість мовлення** — загальне поняття риторики спілкування; комунікативно важлива складова змістовного і формального боків усного і писемного мовлення, яка включає правильність, точність, логічність, виразність, багатство, доречність та інші аспекти вживання засобів мовного коду.

Навчальне видання

**Серія «Альма-матер»**

Заснована в 1999 році

**БАЦЕВИЧ Флорій Сергійович**

## **Основи комунікативної лінгвістики**

Підручник

Спільний проект із видавництвом «Академвидав»

Редактор Г. А. Теремко

Технічний редактор Т. І. Семченко

Коректор П. О. Мусієнко

Комп'ютерна верстка С. Б. Терещука

Підписано до друку

з оригінал-макета 18.02.2004.

Формат 84×108/32.

Папір офс. № 1. Гарнітура Шкільна.

Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 18,06.

Ум. фарбовідб. 18,5. Обл.-вид. арк. 19,9.

Зам. 4-59.

Видавничий центр «Академія»

04119, м. Київ-119, а/с 37.

Тел./факс: (044) 213-19-24; 456-84-63.

E-mail: [academia-pc@svitonline.com](mailto:academia-pc@svitonline.com)

Свідоцтво: серія ДК № 555 від 03. 08. 2001 р.

ВАТ «Білоцерківська книжкова фабрика»

09117, м. Біла Церква, вул. Леся Курбаса, 4.

Бацевич Ф. С.

Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. — К.: Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с. (Альма-матер)

ISBN 966-580-172-4

Це перший в Україні підручник, у якому з позицій сучасної науки про мову систематизовано розглянуто найактуальніші проблеми комунікативної лінгвістики, розкрито її предмет, завдання, категорії, методологію, загальні закони спілкування за допомогою мови, організацію засобів мовного коду, вплив на мову психічних, соціальних, культурних чинників тощо. Предметом особливої уваги є власне мовні елементи комунікації — дискурс, мовленнєвий жанр, мовленнєвий акт. Враховано найновіші гіпотези, що сформувалися в межах когнітивної лінгвістики, прагматичної лінгвістики, психолінгвістики, теорії мовленнєвої діяльності.

Викладені в підручнику теоретичні положення проілюстровано прикладами з художньої літератури, побутового мовлення. Подано також зразки аналізу комунікативних ситуацій, спеціальні запитання, завдання, що сприятимуть глибшому засвоєнню матеріалу, оволодінню основними законами міжособистісного спілкування.

Для студентів вищих навчальних закладів, учителів-словесників. Прислужиться фахівцям з паблік рілейшнз, менеджменту, реклами.