



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення вченої ради університету
22 лютого 2023 року,
Протокол № 10

Ректор, голова вченої ради університету, доктор
юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

22 лютого 2023 року

м.п.

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ
з навчальної дисципліни
«ОСНОВИ ТЕОРІЇ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
за спеціальністю 035 Філологія
спеціалізацією 035.041 Германські мови та літератури
(переклад включно, перша - англійська)
галузі знань 03 Гуманітарні науки**

РОЗРОБНИКИ:

Доцентка кафедри мовознавства

15 січня 2023 року

Юлія СТЕПЧУК

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри мовознавства

17 січня 2023 року, протокол № 6.

Завідувачка кафедри, докторка педагогічних наук, доцентка

17 січня 2023 року

Ольга НАГОРНА

Деканеса факультету управління та економіки, кандидатка економічних наук, доцентка

17 січня 2023 року

Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету

15 лютого 2023 року, протокол № 3.

Перша проректорка, голова методичної ради університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка

15 лютого 2023 року

Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

Стор.

1.	Структура вивчення навчальної дисципліни		–	4	
	1.1.	Тематичний план навчальної дисципліни	–	4	
	1.2.	Лекції	–	5	
	1.3.	Практичні/Семінарські заняття	–	6	
	1.4.	Самостійна робота студентів	–	50	
	1.5.	Індивідуальні завдання	–	53	
		1.5.1.	Умови конання і теми індивідуальних завдань	–	53
		1.5.2.	Методичні рекомендації до виконання ІНДЗ	–	54
	1.6.	Підсумковий контроль	–	55	
		1.6.1.	Питання для підсумкового контролю	–	56
2.	Схема нарахування балів		–	57	
3.	Рекомендовані джерела		–	60	
	3.1.	Основні джерела	–	60	
	3.2.	Допоміжні джерела	–	60	
4.	Інформаційні ресурси в Інтернеті		–	60	

1. Структура вивчення навчальної дисципліни

1.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№	Назва теми	Кількість годин											
		Денна форма						Заочна форма навчання					
		усь ого	у тому числі					усьог о	у тому числі				
л	п/с		лаб	інд	с.р.	л	п/с		лаб.	інд	с.р.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Вступ. Предмет і завдання курсу. Суть комунікації.	4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Визначення комунікації. Основні підходи до комунікації. Основні поняття теорії мовної комунікації.	12	2	4	-	-	6	-	-	-	-	-	-
3	Комунікація як процес. Моделі комунікації. Види комунікації. Мова та мовлення.	12	2	4	-	-	6	-	-	-	-	-	-
4	Теорія мовленнєвих актів. Мовленнєвий акт – мовленнєва подія – мовленнєвий хід. Структура мовленнєвого акту.	18	2	4	-	-	12	-	-	-	-	-	-
5	Визначення та основні поняття теорії дискурсу. Структура, ознаки, підходи. Типи дискурсу. Адресант і адресат у структурі комунікативного акту. Комунікативний кодекс.	14	2	2	-	-	10	-	-	-	-	-	-
6	Структурно-семантичні кореляти розмовної мови.	4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Класифікація діалогів. Умови досягнення успішності у комунікації. Переговори як особлива форма діалогу.	6	2	2	-	-	2	-	-	-	-	-	-
8	Максими комунікації. Комунікаційні імплікатури. Хеджи та ввічливість. Комунікативні невдачі. Комунікативні стратегії і тактики.	12	2	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-
9	Міжкультурна комунікація. Соціальні чинники: гендер, статус, маскомунікація.	8	2	2	-	-	4	-	-	-	-	-	-
	Усього годин	90	18	22	-	-	50	-	-	-	-	-	-

1.2. Лекції

№ з/п	Назва і план теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	2	3	
Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти поняття комунікації			
Л-1.	Вступ. Предмет і завдання курсу. Суть комунікації.	2	
	1. Предмет і завдання курсу «Основи теорії мовної комунікації». Зв'язок курсу з іншими дисциплінами. 2. Комунікація як об'єкт дослідження. Функції спілкування. 3. Форми та моделі спілкування. 4. Закони спілкування.		
	Усього годин за змістовим модулем № 1	2	
Змістовий модуль 2. Розвиток комунікативних компетенцій мовця			
Л-2.	Визначення комунікації. Основні підходи до комунікації. Основні поняття теорії мовної комунікації.	2	
	1. Інтеракційне та трансакційне мовлення. 2. Учасники комунікативного акту. 3. "Small talk" як особлива категорія розмовної мови. 4. Прагматичний аспект мовлення. 5. Теорія мовленнєвого акту. 6. Типологія мовленнєвих актів. 7. Місце дискурсу у сучасних лінгвістичних дослідженнях		
Л-3.	Комунікація як процес. Моделі комунікації. Види комунікації. Мова та мовлення.	2	
	1. Підходи до вивчення діалогу. 2. Типологія діалогічних дискурсів. 3. Умови досягнення успішності комунікації. 4. Переговори як особливий вид діалогу.		
Л-4.	Теорія мовленнєвих актів. Мовленнєвий акт – мовленнєва подія – мовленнєвий хід. Структура мовленнєвого акту.	2	
	1. Класифікація ілокутивних актів. 2. Типологія непрямих мовленнєвих актів. 3. Поняття про непрямі мовленнєві акти, їх типи. 4. Пичини вживання непрямих мовленнєвих актів.		
Л-5.	Визначення та основні поняття теорії дискурсу.	2	
	1. Структура, ознаки, підходи. 2. Типи дискурсу. 3. Адресант і адресат у структурі комунікативного акту. 4. Комунікативний кодекс.		
Л-6.	Структурно-семантичні кореляти розмовної мови.	2	
	1. Поняття інтеракційного та трансакційного спілкування. 2. Статусно-рольові відносини мовленнєвої дії. 3. «Small Talk» як особлива категорія розмовної мови. 4. Прагматичний підхід до явищ мови.		
Л-7.	Класифікація діалогів. Умови досягнення успішності у комунікації. Переговори як особлива форма діалогу.	2	
	1. Умови досягнення успішності у комунікації. 2. Переговори як особлива форма діалогу.		
	Усього годин за змістовим модулем № 2	12	

Змістовий модуль 3. Основні максими комунікації			
Л-8.	Максими комунікації. Комунікаційні імплікатури. Хеджи та ввічливість. Комунікативні невдачі. Комунікативні стратегії і тактики.	2	
	1. Комунікаційні імплікатури. 2. Хеджи та ввічливість. 3. Комунікативні невдачі. 4. Комунікативні стратегії і тактики.		
Л-9.	Міжкультурна комунікація. Соціальні чинники: гендер, статус, маскомунікація.	2	
	1. Міжкультурна комунікація. 2. Основи дисципліни. 3. Основні напрямки досліджень. 4. Прикладний аспект міжкультурної комунікації.		
	Усього годин за змістовим модулем № 3	4	

1.3. Практичні / Семінарські заняття

Семінарське заняття № 1

Комунікація – найважливіша функція мови

Питання для усного опитування та дискусії

1. Спілкування і комунікація.
2. Функції спілкування.
3. Види, типи і форми спілкування. Основні закони спілкування. Стратегії спілкування.
4. Невербальні компоненти спілкування.
5. Гендерні аспекти спілкування.

Практична складова

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: цілі комунікації, головні функції мови й мовлення, етапи мовленнєвої діяльності, основні моделі мовної комунікації.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Комунікація – це специфічна форма взаємодії людей у процесі їх пізнавально-трудової діяльності.

Специфічність взаємодії людей у процесі їхньої життєдіяльності складається у використанні мови. Мова, являючи собою найголовніший засіб людського спілкування, виступає також як знаряддя пізнання, як інструмент мислення. Завдяки цьому комунікація між людьми є головним механізмом становлення людини як соціальної особистості, засобом впливу суспільства на особистість. Мова – це засіб спілкування, мовлення – саме спілкування.

Мовленнєва діяльність як один із видів діяльності людини характеризується ціленаправленістю і складається з декількох послідовних фаз: орієнтування, планування, реалізація та контроль. Згідно з цими фазами і здійснюється кожна окрема мовленнєва дія.

У яких би умовах не здійснювалась мовленнєва комунікація, за допомогою яких би засобів не передавалась інформація, скільки б людей не брали участь у спілкуванні, в її основі лежить єдина схема, або модель. Компонентами цієї моделі є: адресант інформації, адресат інформації, повідомлення – текст в усній або письмовій формі.

Найповніше людина презентує себе при виконанні професійних обов'язків (зараховуються професійні знання, культура поведінки, вміння говорити, слухати тощо). Тому спілкування розглядається як вагома складова кожної спеціальності.

Як стверджують науковці, приблизно 78 % робочого часу становить спілкування з іншими людьми. У зв'язку з цим деякі вчені вважають, що від їхнього вміння спілкуватися залежить 85 % успіху бізнесу. Отже, соціальна взаємодія (доповнювальна, конфліктна, прихована тощо)

індивідів, груп, спільнот, під час яких відбувається обмін думками, досвідом, почуттями, уміннями, навичками, результатами діяльності, волевиявленнями з метою інформування називається **спілкуванням**, або **комунікацією** (лат. *communico* – спілкуюсь із кимось). Хоча ці поняття, на думку деяких дослідників, не зовсім тотожні за своїм змістом. Зауважимо: в англійській мові немає слова «спілкування», є лише – «communication», яке розуміється набагато ширше, ніж «комунікація» в українській. Оксфордський словник англійської мови подає «communication» як «спілкування, зв'язок, повідомлення, комунікація» [39, с. 724]. У нас терміни «комунікації», «комунікаційний» позначають більш технічну сторону взаємодії, а «спілкування» – спілкування між людьми. Тому, мабуть, Антуан де Сент-Екзюпері писав, що «найбільша розкіш на Землі – це розкіш людського спілкування».

За участю / неучастю в ньому мови професійна комунікація буває **вербальною (словесною)** і **невербальною (безсловесною)**. **Вербальним** (лат. *verbum* – слово) назване усне, словесне спілкування, що забезпечує формування і відтворення думок, почуттів мовця [39; 49; 50]. **Вербальне спілкування** диференціюється на **пряме** та **непряме**. Розрізняють такі форми **прямого вербального спілкування**: **індивідуальне монологічне** (передавання усної інформації без зворотного зв'язку), **індивідуальне діалогічне** (відбувається між двома людьми і передбачає зворотний зв'язок), **групове монологічне** (учасниками комунікації є троє і більше осіб під час сприймання публічного виступу, лекції, доповіді) і **групове діалогічне** (колективне обговорення проблем, ситуацій на ділових нарадах, засіданнях колегіальних органів управління тощо). **Непряме вербальне спілкування** – це відсутність безпосереднього контакту між учасниками, відбувається у письмовій формі, за допомогою телефонного зв'язку тощо. Взаємообмін інформацією за допомогою немовних комунікативних елементів (жестів, міміки, виразу очей, постави та ін.), які разом із засобами мови забезпечують створення, передавання і сприйняття повідомлень називається **невербальним спілкуванням**. Із психологічних даних, людина як соціальна істота пізнає навколишнє середовище в такий спосіб: 80 % – зором; 15 % – на слух; 3 % – на дотик; 1 % – на смак; 1 % – нюхом. Тож зрозуміло на скільки важливе для нас невербальне спілкування.

Історично склалися два види ділового спілкування **безпосереднє** і **опосередковане**. **Безпосереднє спілкування** – це мовне спілкування в найбільш розвиненому вигляді. Його виразність оформляється мімікою, жестами, інтонацією тощо. Спілкування суттєво впливає на розвиток усіх потреб людини; у ньому завжди наявний комунікативний момент. **Опосередковане спілкування** виникло на основі безпосереднього. Воно оформляється в спосіб: письмо (відсутність невербальних засобів), масові засоби інформування (газети, радіо, телебачення, книги, відео, комп'ютерна мережа, музичні записи тощо). Уся система безпосереднього і опосередкованого спілкування впливає на розвиток як особистості, так і взаємин між людьми.

Під час комунікації **взаємодія** між адресантом і адресатом буває:

- **спільна цілеспрямована активність** (діяльність, спрямована на досягнення певних цілей);
- **відсутня взаємодія** (під час спілкування партнери психологічно не налаштовані один на одного: «Передайте за проїзд»).

У процесі спілкування індивід виробляє власний **стиль**, тобто сукупність найтипівіших рис поведінки. Зокрема, виокремлюють:

- **ритуальний** (співбесідники дотримуються певних ситуацій етикету, формальних і неформальних правил і норм поведінки);
- **маніпулятивний** (партнери по спілкуванню ставляться один до одного, як до засобу досягнення цілі);
- **гуманістичний** (характерною ознакою є міжособистісна довіра).

У спілкуванні можна виділити три **взаємопов'язані сторони**: **комунікативну** (обмін інформацією), **інтерактивну** (обмін діями), **перцептивну** (взаємосприйняття і встановлення взаєморозуміння між партнерами по спілкуванню).

В останні десятиліття сучасна вітчизняна лінгвістика особливу увагу акцентує на гендерній проблемі. «У центрі уваги цих досліджень знаходяться соціальні і культурні фактори, що визначають відносини культури і суспільства до чоловіків і жінок, поведінку індивідів у зв'язку з

приналежністю до тієї чи іншої статі, стереотипні уявлення про чоловічі та жіночі якості – усе, що переводить проблематику статі з області біології в сферу соціального життя і культури. *Метою сучасних обговорень гендерної політики* є спроба уявити загальну, досить суперечливу картину існуючих сьогодні напрямів і тенденцій розвитку даної течії. Одне з найбільш обговорюваних питань полягає в тому, чи має сенс розмежовувати поняття «стать» і «гендер». Тому питання «Гендерні аспекти спілкування» привертає увагу багатьох наукових дисциплін – «прагматики, теорії комунікації, когнітивної лінгвістики, лінгводидактики та лінгвокультурології». Наразі простежується певна схематизація напрямів гендерних досліджень – «лінгвістичної гендерології». Ця класифікація включає наступні напрямки:

- 1) напрямки, засновані на філософії постмодернізму;
- 2) дослідження діагностичного характеру, авторознавча криміналістична експертиза;
- 3) експериментальні дослідження, зникаються з психологією і нейролінгвістики;
- 4) соціолінгвістичні дослідження різної спрямованості;
- 5) кроскультурні й лінгвокультурологічні дослідження.

Сучасні дослідники виділяють кілька етапів у розвитку гендерного питання. А.В. Кириліна виокремлює два періоди:

- **перший** – до 60-х років ХХ століття, коли такі роздуми носили нерегулярний характер,
- **другий** – широкомасштабні дослідження після 60-х, зумовлені зростанням інтересу до прагматичного аспекту функціонування мови.

У 60-і роки з розвитком соціолінгвістики збільшився й інтерес до гендерних досліджень. Завдяки жіночому руху в США та Німеччині, гендерні дослідження отримали потужний імпульс, виникла **феміністська лінгвістика**. У феміністській лінгвістиці виділяється *два напрями*: перший є виявленням мовного сексизму, другим напрямком стали дослідження особливостей комунікації в одностатевих та змішаних групах. У мові зафіксовані патріархальні стереотипи, які нав'язують з носієм мови певну картину світу. Дослідження мови в першому напрямку ґрунтується на гіпотезі Сепіра-Уорфа: мова не тільки продукт суспільства, а й засіб формування його мислення. В основі другого напрямку лежать дослідження, які передбачають, що на базі патріархальних стереотипів, все ж таки розвиваються різні стратегії мовної поведінки чоловіків і жінок. Тож у центрі уваги феміністської лінгвістики перебувають мовна чоловічата жіноча поведінка, мовні явища, пов'язані зістатевою приналежністю. Певні асиметрії в мовній системі між представниками різних статей у процесі спілкування феміністська лінгвістика інтерпретує як вияв мовної дискримінації жінок і пов'язує їх безпосередньо з рівнем дискримінації в суспільстві в цілому. Тоді як класичні дослідження задовольняються найчастіше описовими результатами. Феміністська лінгвістика не визнає прояви мовного сексизму як реалію, а веде варіативний пошук, який би відповідав принципу мовної рівноправності жінок і чоловіків. Жодна інша лінгвістична дисципліна не висувала вимоги про відмову від мовної та суспільної дискримінації. Дослідники феміністської лінгвістики стверджують, що, на жаль, у суспільстві користуються загальноприйнятими стереотипами, що жінки мають сумнівні інтелектуальні здібності, хоча висновки досліджень є протилежними. Дослідники, яким близька феміністка точка зору, говорячи про постулати мовного спілкування, виходять з приниженого соціального статусу жінок. «Вони гостро відчувають свій принижений соціальний статус, тому прагнуть більше використовувати стандартних форм ... І, як будь-яка інша підпорядкована група, жінки повинні бути ввічливі». Представники феміністкою лінгвістики стверджують, що миролюбна поведінка жінок підсилює вищезазначену думку, тому жінки сприймаються слабкими, невпевненими і менш компетентними. Парадокс, якщо ж жінки використовують чоловічі стратегії (наступальність, менша кооперативність, агресивність тощо), то вони сприймаються нежіночно. Така поведінка також нерідко засуджується в суспільстві. Науковці звертають увагу на ідеологізованості феміністського підходу в розв'язанні питання. «Фемінізм вніс важливий внесок у формування сучасної моделі людини. Однак цей факт складався більше в залученні уваги до проблеми статі. Зокрема, не підтвердився факт вирішальної значущості статі серед інших параметрів людської особистості». «Істотний недолік робіт даного напрямку полягає в тому, що в них увага приділяється не реальним можливостям чоловічого та жіночого мовлення, не тому, як саме говорять чоловіки і жінки, що для них типово, якою є

стратегія і тактика їх мовної поведінки, але тому, як влаштована вже сформована мова, вивчається не вживання мови, а його структура».

Сучасні дослідники розглядають гендер у проекції спілкування, відзначаючи при цьому роль гендерного аспекту в комунікативній поведінці. «Врахування гендерного аспекту вносить корективи в процес комунікативної діяльності і модифікує вибір мовних засобів і форм спілкування, стратегій і тактик комунікації, паралінгвістичні елементи спілкування». У роботах Є.І. Горошко досліджуються чоловіча й жіноча письмова мова, особливості асоціативної вербальної поведінки, розуміння і відтворення текстів чоловіками і жінками. Мовна компетентність жінок, авангардизм чи консерватизм, емоційність, соціальний статус та соціальна роль жінки стала об'єктом досліджень Шевченко. З'явилися нові гендерні аспекти вивчення – дослідження маскулітності, гендерний аспект перекладу і т.д.

Цікаво, що психолінгвісти, нейрофізіологи, вирішуючи проблему статевого диморфізму, відзначають, що питання статевої диференціації є універсальним явищем практично для всіх наук, що вивчають людину. Різниця між статями вчені бачать в організації структури головного мозку чоловіка / жінки, у спеціалізації його півкуль. Наприклад, пошкодження мозку в чоловіків і жінок призводить до різних результатів. Пошкодження лівої півкулі призводить до словесних дефектів, а правого – до просторових. У чоловіків ураження лівої півкулі погіршує мовленнєвий процес, ніж правої, а при ураженні правої півкулі виходило зворотне співвідношення. Для жінок не так нагально, яка півкуля вражена. Отже, у чоловіків спеціалізація півкуль виражена більшою мірою, ніж у жінок. Є.І. Горошко наводить також дані досліджень про те, що у дівчаток краще розвинена дикція, більше словниковий запас, вони вільніше, ніж хлопчики, будують висловлювання. Причина більш високого розвитку мовних здібностей у дівчаток, на думку Є.І.Горошко, не стільки генетична, скільки соціальна (оскільки у своєму уявному світі дівчатка більше запитують, пояснюють, повчають, ніж хлопчики).

Існує гіпотеза «двох культур», згідно з якою чоловіки й жінки переживають мовну соціалізацію по-різному, так як в дитинстві знаходяться здебільшого у різностатевих групах, де прийняті різні тактики мовної поведінки. «Виховання чоловіків у суспільстві спрямоване насамперед на вироблення певних чоловічих якостей: сила, терпимість, уміння приховувати свої почуття, бути спокійним, не плакати, уміння домагатися свого, активно конкуруючи з іншими, уміння бути знавцем зовнішнього світу. Жінки ж у процесі спілкування вимагають від чоловіків прояви протилежних якостей: жінка хоче, щоб чоловік був емоційним, показував свої почуття, щоб чоловік не конкурував, а співпрацював, щоб він більше був звернений не до роботи, а до сім'ї. Усе це означає, що у сфері спілкування інтереси жінок і чоловіків можуть виявитися прямо протилежними, що створить ґрунт для нерозуміння, конфліктів». Дослідники підкреслюють, що причина відмінностей у мовній поведінці не природна біологічна стать, а прийняті в суспільстві уявлення про поділ чоловічих і жіночих ролей. «Різниця полягає в засвоєнні типових для таких груп гендерних конвенцій і стратегій комунікації. Через відмінності культурно-обумовлених конвенцій порушується розуміння висловлювань, що при вербальному спілкуванні чоловіків і жінок провокує неадекватну реакцію і веде до комунікативних невдач».

Також у полі зору сучасних дослідників гендерні стереотипи і визначення їх специфіки. Гендерні стереотипи трактуються як «приватний випадок стереотипу, що відноситься до знань про осіб різної статі, приписуванні їм певних ознак. Гендерні стереотипи фіксують у мові представлення про мужність і жіночність і пов'язаних з ними моделях поведінки індивідів». Стереотипи приписують особам які-небудь властивості або, навпаки, відсутність їх. Саме у зв'язку з жіночим спілкуванням відзначають високу ступінь стереотипізації. А.В. Кириліна наводить такі типові негативні стереотипи щодо жінок: «Їхав б прямо, та дружина уперта». Але психологи довели, що жінки чудово витримують тести на раціональність мислення і що немає ніяких даних, які б підтримували думку про нестачу логічного мислення в жінок порівняно з чоловіками.

Отже, дослідження останніх років показали, що гендерна лінгвістика має спрямовуватися на дослідження типових рис чоловічого та жіночого мовлення.

Аналізуючи відмінності чоловічої та жіночої комунікації, науковці зазначили, що:

- метою жіночого спілкування є досягнення узгодження та мінімізації відмінностей, тоді як чоловіки віддають перевагу «незалежності» у розмові;

- жінки уникають вираження сили і використовують більш слабкі форми впливу;
- жінка засвідчується переважно в спільній роботі команди, у чоловіків переважає викладення власної позиції;
- посмішки і жарти в жінок служать для інтеграції інших в групи, для імідж - потреби піти назустріч партнерові по розмові, створити гармонію, кооперативний клімат розмови, апосмішки та сміх чоловіків вказують на вираження соціального контролю;
- для більшості жінок розмова є засобом зближення і розвитку відносини, для більшості чоловіків розмова зазвичай стає засобом збереження власної незалежності, підтримки статусу в ієрархії соціального порядку;
- більшість чоловіків відчують себе комфортно, виступаючи публічно, жінки віддають перевагу приватним бесідам.
- чоловічими темами для обговорення є футбол, політика; для жінок – особистісні питання;
- стиль слухання чоловіків сфокусований на інформаційний рівень розмови, жіночий – на взаємини, тобто на мета-інформаційний рівень.

Термін «гендер» визначається як соціальна стать на відміну від біологічної, і продукується вона в процесі соціальної, культурної і мовної практики. Категорію «гендер» було впроваджено феміністками з метою розрізнення понять «біологічна стать» та «соціокультурна стать». Як зазначає А.В. Кириліна: «Гендерний фактор, який враховує природну стать людини і її соціальні «наслідки», є однією з істотних характеристик особистості і протягом усього життя впливає на її усвідомлення своєї ідентичності, а також на ідентифікацію суб'єкта-мовця іншими членами соціуму».

Власне лінгвістичний інструментарій гендерних студій можна класифікувати так:

- 1) мова – це інструмент пізнання гендеру як самостійної міждисциплінарної парадигми, як своєрідної інтриги пізнання, – лінгвістична гендерологія;
- 2) гендерно орієнтовані мовознавчі дослідження – це продукування додаткових знань про мову та комунікацію – гендерна лінгвістика.

Сучасний стан гендерних досліджень у мовознавстві на Заході організовується за принципом М.М. Дмитрієвої в три підходи. Перший підхід полягає в трактуванні соціальної природи мови жінок і чоловіків та спрямований на виявлення мовних відмінностей. Другий – соціопсихолінгвістичний підхід – науково редукує «жіночу» та «чоловічу» мови до особливостей мовленнєвої поведінки статей. Третій підхід спрямований робити наголос на когнітивному аспекті розбіжностей у мовній поведінці статей. Для цього є більш значущим не тільки визначення частотності відмінностей та оперування її показниками, але й створення цілісних лінгвістичних моделей мовних категорій.

Що ж до вітчизняної лінгвістики, то за словами А.В. Кириліної, «існує розгалужена система напрямів гендерних досліджень: власне гендерні дослідження, соціолінгвістика, феміністична лінгвістика, вивчення маскулінності, психолінгвістичні та крос-культурні дослідження».

Мовний сексизм – це дискримінація за статтю в мові. Загалом цей термін частіше використовують стосовно жінок, тому що кількість жертв мовного сексизму серед жінок більша, проте мовний сексизм може бути спрямованим також на чоловіків. Найпоширенішими прикладами мовного сексизму є гендерні стереотипи, асиметрії у використанні паралельних висловів стосовно чоловіків і жінок, а також «невидимість» жінок у мові. Численні дослідження, за словами Е. Павелз, виявили спільні риси зображення статей:

1. Зображення чоловіка як норми, а жінки – як відхилення від неї, прикладом чого є використання так званих родових іменників, що позначають і чоловіка, і жінку водночас, проте форма яких збігається з формою граматичного чоловічого роду.
2. Наслідком є те, що жінка робиться «невидимою» у мові. Коли ж вона стає «видимою», її видимість використовують для підкреслення «відхилення» від норми, тобто чоловіка.
3. Лексичні та граматичні форми жіночого роду залежать і часто утворюються від форм чоловічого роду.
4. Стереотипний характер несе мовне зображення жінок і чоловіків: жінок переважно зображують як сексуальних, а чоловіків – як раціональних істот.

Важливим досягненням гендерних лінгвістів стало впровадження рекомендацій аби уникнення сексизму в мові. Найпоширенішими є такі:

- уникати відверто образливих для однієї зі статей висловів, що несприятливо зображають її представників та, що вказують на домінування представників однієї статі над іншою;

- уникати зображення статей у стереотипних ролях (наприклад, бізнесмен – чоловік, вихователька – жінка);

- уникати родових займенників «він», «його», «йому». Це радять робити шляхом випускання займенника, перебудови речення або використання множини замість однини.

Слід звернути увагу, що сучасний діловий світ за «**мовну толерантність**», намагання виважено підбирати способи мовного вираження під час спілкування. Мовна толерантність ґрунтується на етнонаціональній, гендерній, релігійній, конфесійній, віковій тощо толерантності.

Отже, співвідношення гендеру й мови є дуже складним і актуальним питанням. Мова не лише вказує на ставлення до жінок і чоловіків у суспільстві, а й формує уявлення про статі. Гендерна лінгвістика зобов'язана сприяти розвитку гендерної чутливості, усвідомленню того, що в сучасному суспільстві проблеми дискримінації ще існують і не розв'язані повністю, розумінню того, що соціальні накинута обмеження не йдуть на користь ані жінкам, ані чоловікам.

Ділове спілкування підсвідомо здійснюється на певній відстані між людьми, зокрема виділяються такі **види зон спілкування**:

Особиста зона (46-120 см) – це відстань спілкування з друзями й однодумцями.

Зона соціального спілкування (1,2-2,0 м) – це відстань, яка встановлюється на переговорах з приятелями й колегами по роботі.

Формальна зона (2,0-3,6 м) – ділові переговори, візити до вищих чиновників.

Загальнодоступна або публічна зона (більше 3,6 м) спілкування з великою групою людей на публічних зібраннях.

Величина кожної зони визначається ситуацією спілкування, національністю особистості, статусом співрозмовника.

У діловому спілкуванні вироблені такі найбільш прийнятні **правила**:

- потрібно дотримуватися міри в дистанціюванні, що визначається ситуацією;

- не варто починати спілкування з відстані більш ніж 4 м. Найбільш прийнятними на такій дистанції може бути посмішка чи кивок головою на знак привітання;

- перші фрази краще говорити на відстані соціальної зони (залежно від близькості відносин з партнером);

- найбільш головними, важливими ідеями, інформацією з партнером обмінюються в особистій зоні;

- відстань треба долати поступово, а не перескакувати через одну чи дві зони. У такому разі легше досягти згоди, виважено розв'язати проблему;

- не порушувати визначену зону, особливо інтимну, у ділових стосунках.

У будь-якому діловому спілкуванні виділяються **фази**.

Ділове спілкування, як певний процес взаємодії людей, має свою стратегічну лінію, тактику проведення, а також певні фази. До фаз ділового спілкування відносяться *початкова, основна і завершальна*.

Початкова фаза – це момент, коли встановлюються вихідні контакти, партнери настроюються на спілкування, йде орієнтація в ситуації. У цій фазі постає завдання: спонукати ділового партнера до спілкування, зацікавити, створити максимальне поле для обговорення проблем. Також оцінюється стан партнера, визначаються стратегія й тактика спілкування, вибирається певний тон взаємин, виявляється намір партнера і йде орієнтація в розподілі ролей.

У *основній фазі* встановлюється проміжна та кінцева мета спілкування, виконуються безпосередні мовні, немовні та документальні контакти, йде взаємний аналіз вихідних та проміжних пропозицій, пошук узгодження рішень, відбувається розподіл ролей за принципом «домінування-підпорядкування», визначення перспектив спілкування.

Завершальна фаза характеризується формуванням підсумків ділової взаємодії, виходом з контакту та перспектив розвитку подальшої взаємодії.

Взаємини ділових стосунків бувають двох **форм**: *контакту* та *взаємодії*.

Контакт – це одиничний акт, у якому відсутня система узгодження дій партнерів стосовно один одного. Основу ж ділових взаємин партнерів складають не контакти, а їх взаємодія.

Взаємодія (інтерація) – аспект спілкування, що проявляється в організації людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення певної вигідної обох сторонам мети.

Під **соціальною інтерацією** (від лат. interaction – взаємодія) розуміють безпосередню міжособистісну комунікацію (обмін символами), важливою особливістю якої визначається здатність людини «виконувати роль іншого»; уявляти, як її сприймає партнер по спілкуванню, і відповідно інтерпретувати ситуацію та конструювати свої дії.

Отже, **ділові взаємини** людей будуються з урахуванням тих ролей, які вони виконують у процесі діяльності, на обов'язках, які вони беруть самі на себе або які покладають на них інші. Ділові взаємини бувають **двох видів**: *офіційними* (встановлюються і підтримуються відповідно до якихось нормативних вимог) і *неофіційними*. Психологи вважають, що **ділове спілкування** – це контакт між співрозмовниками, які мають для цього необхідні повноваження і ставлять перед собою завдання розв'язати конкретні проблеми. Отже, ділове спілкування – це процес взаємозв'язку і взаємодії, під час якого відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, спрямований на досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію конкретної цілі.

Спеціалісти виділяють такі **особливості ділового спілкування**:

а) партнер у діловому спілкуванні завжди виступає як особистість, що є значущою для суб'єкта (колега, клієнт, начальник, підлеглий тощо);

б) співбесідники мають глибоке розуміння конкретної справи, яка є предметом обговорення;

в) основним завданням спілкування для них є продуктивна співпраця.

Під час ділового спілкування швидше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять «однією мовою» і прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому **засадами** їхнього **спілкування** є *етичні норми, ритуальні правила ділових взаємин, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, а вони керуються тими самими механізмами спілкування*.

Змістом взаємодії між людьми є певна і специфічна для соціальної структури суспільства сукупність *економічних, правових, політичних* відносин, які реалізуються в спілкуванні. Тому виокремлюються **два типи міжособистісної взаємодії** – *співпраця (кооперація)* і *суперництво (конкуренція)* – залежать від обраної стратегії і тактики спілкування.

Для будь-якого процесу ділового спілкування характерна суперечність: із одного боку, людина пристосовується до життя суспільства, засвоює його досвід, добуті людство наукові й культурні досягнення, а з другого – відособлюється, формується її індивідуальна неповторність самобутності, що пояснюється його основними функціями

Функціями спілкування названо:

1. *Інформативно-комунікативна*. Вона є основною, адже служить для передачі-прийому інформації та відповідної реакція на неї.

2. *Регулятивно-комунікативна*. У процесі ділового спілкування коригується поведінка, бо співбесідники впливають на мотиви, мету, програму дій, прийняття рішень.

3. *Афективно-комунікативна* – відбувається взаєморегуляція та взаємокорекція поведінки, здійснюється своєрідний контроль над усією сферою діяльності партнера. Тут можуть реалізуватися можливості навіювання, наслідування, вживаються усі можливі засоби переконання.

Важливими складовими ділового спілкування є **стратегія і тактика**. *Стратегія ділового спілкування* передбачає постановку певної цілі, яка стимулює волю учасника спілкування, заставляє його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізувати свої здібності, знання, досвід, уміти підпорядковувати свої сили досягненню цієї мети. *Тактика ділового спілкування* передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою у досягненні поставленої мети. Ґрунтується тактика спілкування на певних засадах, найважливішими з яких є:

- наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативно ними скористатись;

- недопущення конфронтації чи конфліктів із діловим партнером;

- уміле використання механізмів людської взаємодії, прихильності, симпатії, антипатії, довіри, поваги і т.п.;
- уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд ідей, думок;
- освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках;
- уміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, вловлювати найменші зміни в ситуації.

У тактиці спілкування розрізняються **сім рівнів**. Зокрема, психологи виокремлюють: *примітивний, маніпулятивний, стандартизований, конвенціональний (погоджувальний), ігровий, діловий, духовний*.

Найганебнішим стилем є підлабузництво. Психологи стверджують, що стан підлабузництва пригнічує, вбиває самостійність, творчі можливості, при цьому головна увага зосереджується на тому, щоб не дратувати начальника і за будь-яку ціну подобатися йому.

Із усіх рівнів спілкування найбільш дієві й плідні конвенціональний та духовний. Плідні тому, що здатні пробуджувати найцінніші якості і найширші творчі можливості особистості, збуджувати зацікавленість, виявляти спільні інтереси, які є могутнім рушієм в управлінні.

Кожна ділова людина обирає свій стиль спілкування. **Стиль спілкування** – це індивідуальна стабільна форма поведінки людини в процесі спілкування, яка проявляється за будь-яких умов взаємодії – у ділових стосунках, у стилі керівництва, у способах прийняття рішень та розв'язання конфліктів, в обраних прийомах впливу на людей. Стили спілкування мають своєрідне емоційно-вольове забарвлення, яке визначається темпераментом, психофізіологічними та індивідуальними особливостями людини, арсеналом її вербальних та невербальних засобів. В управлінському спілкуванні можна виділити такі стилі *авторитарний, демократичний, ліберальний*, які мають певні ознаки.

Отже, ділове спілкування матиме статус **професійного**, коли формується в умовах конкретної діяльності, вбирає в себе її особливості і є важливою її частиною, засобом будь-якої діяльності.

Питання для самоконтролю

1. Які співвідношення існують між поняттями «спілкування» і «комунікація»? Яке з них є більш загальним?
2. Охарактеризуйте функції спілкування, порівнявши їх із 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).

Семінарське заняття № 2

Компоненти комунікації

Питання для усного опитування та дискусії

1. Елементарні компоненти і засоби комунікації
2. Канали комунікації. Комунікативний шум
3. Вербальні компоненти спілкування
4. Невербальні компоненти спілкування
5. Ситуативний контекст спілкування. Зворотній зв'язок у комунікації

Аудиторна робота

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: Комунікація (міжособистісне спілкування), компоненти і засоби комунікації, канали

комунікації, комунікативний шум, вербальні компоненти спілкування, невербальні компоненти спілкування.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

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 поставами 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 перекручень 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 фільтрами 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.

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

смысле).

Паралінгвістичні засоби. До них належать: різноманітні жести, міміка, контрольовані й неконтрольовані (спонтанні) рухи, постава тіла, відстань між комунікантами, свідомо організований простір 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 «влиті» у вербальне спілкування: графіки, малюнки, позначення тощо, які можуть супроводжувати комунікацію, а також одяг (форми, колір тощо), кольори розфарбованого обличчя та інших частин тіла, запахи, які супроводжують комунікацію тощо.

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 домінуючим, 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 економічний 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 знівельована. 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 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 неухважність 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. — 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».

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 (смислів) повідомлень.

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, татування 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.

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 домінуючим впливом правої півкулі головного мозку.

Під час невербального спілкування комуніканти отримують інформацію:

1) про особистість комунікатора: темперамент; емоційний стан у даній ситуації; його «Я» (образ і самооцінку); особистіші 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. — 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).

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, застебнутий піджак, темні окуляри.

Очікування: потирання долонь.

Невпевненість: почухування 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 залежність (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. — 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.

Питання для самоконтролю

Охарактеризуйте найважливіші компоненти і засоби комунікації.

Чому важливо враховувати чинник комунікативного шуму в спілкуванні?

Яку інформацію несуть невербальні компоненти спілкування?

У чому сутність проксеміки? Опишіть її роль в комунікації.

Визначте роль контексту і ситуації в спілкуванні.

Обґрунтуйте важливість зворотного зв'язку у спілкуванні.

Охарактеризуйте форми, у яких здійснюється мовленнєве спілкування.

Які особливості монологічного мовлення?

Сформулюйте найважливіші принципи організації діалогу.

Семінарське заняття № 3

Мовна норма та культура мови. Види мовленнєвої діяльності

Питання для усного опитування та дискусії

1. Дотримання мовних норм у процесі спілкування.
2. Основні ознаки нормативного мовного явища.
3. Стиль спілкування.
4. Культура мови і мовлення. Критерії культури мови.

Практична складова

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: поняття мовної норми та нормативності мовного явища, підходи до оцінки культури мови, дихотомію «письмова мова» – «усна мова».

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Мовна норма – це сукупність найбільш стійких реалізацій мовної системи, які були відібрані та закріплені у процесі суспільної комунікації.

Мовне явище вважається нормативним, якщо воно характеризується такими ознаками, як відповідність структурі мови; масове та регулярне репродукування у процесі комунікації; загальне схвалення та визнання.

Знання мовних норм і додержання принципів комунікативної доцільності є основою культури мови людини. Культура мови – це володіння нормами усної і письмової мови, а також уміння використовувати виразні засоби мови у різних умовах спілкування відповідно до цілей і змісту мовлення.

Розмовна мова – це, перш за все, мова усна, тобто, яка звучить на відміну від письмової, оптико-графічної. Письмова мова – це система знаків, які можуть бути реалізовані графічно і функція яких – відповідати певному стимулу статичним чином.

Літературна мова — це оброблена, унормована форма загальнонародної мови, яка обслуговує культурне життя народу, всі сфери його суспільної діяльності. За функціональним призначенням це мова державного законодавства, засіб спілкування людей у виробничо-матеріальній і культурній сферах, мова освіти, науки, мистецтва, засобів масової інформації. За словами М.Горького, «літературна мова від нижчих форм (просторіччя, діалекти, жаргон) тим, що вона оброблена майстрами».

Літературна мова реалізується в усній і писемній формах. Писемна форма літературної мови функціонує в галузі державної, політичної, господарської, наукової і культурної діяльності. Усна форма літературної мови обслуговує без посереднє спілкування людей, побутові й виробничі потреби суспільства. Традиційно вважали, що українська мова походить із давньоруської – спільної мови для трьох слов'янських мов і сформувалась на основі її південноруських діалектів. Найважливіші фонетичні, лексичні та граматичні особливості української мови почали зароджуватись та розвиватися ще з XII ст. У 14-16 ст. вона вже складалася у своїй фонетичній системі, граматичній будові, словниковому складі як окрема слов'янська мова – мова української народності.

Сучасна українська літературна мова сформувалася на основі південно-східного наріччя старослов'янської мови, увібравши в себе окремі діалектні риси інших наріч.

Зачинателем нової української літературної мови був І. П. Котляревський — автор перших високохудожніх творів українською мовою («Енеїда», «Наталка Полтавка», «Москаль-чарівник»). Він першим використав народорозмовні багатства полтавських говорів і фольклору. Основоположником сучасної української літературної мови по праву вважають Тараса Григоровича Шевченка. Саме він уперше «своєю творчістю підніс її на високий рівень суспільно-мовної і словесно-художньої культури, заклав основи для розвитку в ній наукового, публіцистичного та інших стилів літературної мови...» Заслуга Т. Шевченка перед українською культурою полягає насамперед у тому, що він надав літературній мові внутрішньої естетичної впорядкованості, збагативши народну мову органічним введенням у

неї елементів з інших джерел і тим самим віддаливши мову літератури від побуто-вої мови. Предметом уваги Т. Шевченка була не проста мова, а її зміст в устах народу і народні почуття.

Попри всі спроби уніфікації, єдності української літературної мови домогтися було дуже важко. На початку ХХ ст. Наддніпрянщина корис-тувалася літературною мовою Т. Шевченка, Галичина й Буковина – галицьким варіантом, Закарпаття – „русинською" мовою. З метою викликати довіру національних республік до центральної влади після створення 1922 року СРСР було взято курс на «націоналі-зацію». У 1921 році при УАН створений Інститут української мови, посилено роботу над впорядкуванням українського правопису, підго-товкою термінологічних словників тощо. Наукові праці співробітни-ків Академії наук видавались переважно українською мовою (80 %).

Наслідком існування СРСР стала повна русифікація населення вели-ких міст східних та південних областей України, катастрофічне змен-шення українських шкіл у Харкові, Києві, Черкасах, Дніпропетровсь-ку, Сімферополі та інших містах.

Тому 1989 року виникла доконечна потреба і можливість у зв'язку зі змінами в політичному житті країни надати українській мові держав-ного захисту. Прийнятий 28 жовтня 1989 року Верховною Радою УРСР Закон «Про мови в Українській РСР» закріпив державний статус укра-їнської мови, гарантував всебічний її розвиток і функціонування в усіх сферах суспільного життя.

Державною мовою України є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов націо-нальних меншин України.

Літературна мова характеризується такими найголовнішими ознаками:

унормованість
стандартність
наддіалектність
полі функціональність
стилістична диференціація

На сучасному етапі спостерігаємо такі основні тенденції роз-витку української літературної мови:

розширення суспільних функцій, сфер застосування, входження її в нові галузі знань, зокрема інформатику;

поповнення української мови великою кількістю номінативних словосполучень, що відображають реалії економічного, політичного та культурного життя сучасної України, напр.: альтернативні вибори, гілки влади, інформаційний простір, правова держава, соціальний за-хист, ринкові відносини

поява нових, активізація вживання та розширення значень рані-ше відомих слів, напр.: довкілля, підписант, перемовини, голубі шоло-ми, намет

інтенсивне збагачення за рахунок запозичень української термі-нології, зокрема: а) суспільно-політичної: імідж, консенсус, брифінг, електорат, піар; б) бізнесової: реприватизація, менеджмент, інвес-тор, маркетинг, сертифікат; в) технічної: комп 'ютер, принтер, факс, дискета.

переміщення певної частини спеціальної лексики до розряду широковживаної, зокрема економічно-фінансових термінів: аудитор, емісія, інвестор, ліцензія, менеджер', юридично-правової лексики та фразеології: державотворення, законопроект, плюралізм; парламент-сько-дипломатичної лексики: електорат, ротація, толерантний.

намагання вилучити зі словника української мови ті іншомовні сло-ва, які стали органічними її елементами, і замінити їх давніми або штучно створеними, особливо в галузі термінології та професійної лексики, напр.: аеродром —> летовище, снаряд —> гарматень, кулемет —> скоростріл, вертоліт —> гвинтокрил, фотографія —> світлина, слайд —> прозірка;

звільнення від нашарувань умисної русифікації лексичної, гра-матичної системи та правопису української мови;

зближення діалектів з українською літературною мовою;
зростання зацікавленості у вивченні української мови громадян інших країн з метою навчатися, працювати в Україні чи навіть отрима-ти українське громадянство.

Унормованість літературної мови передбачає наявність у ній чітких, обов'язкових правил вимови звуків, наголошування, вживання слів, творення та використання граматичних форм, синтаксичних конструкцій тощо.

В українській літературній мові виробились стабільні мовні норми, які встановлюють найтипівіше і найхарактерніше в мовному вжитку.

Мовні норми – це сукупність загальноприйнятих правил, які діють у мовній системі.

Це історично сформований, вироблений літературною традицією стандарт, який регулює мовленнєву діяльність у її типових комунікативних різновидах. Мовна норма - категорія історична: будучи певною мірою стійкою, стабільною, що забезпечує її функціонування, норма водночас зазнає змін. Наявність норм літературної мови не заперечує паралельного існування мовних варіантів.

Мовні норми найповніше фіксуються в правописі, словниках, довідниках, підручниках, посібниках з укр. мови.

Розрізняють такі типи мовних норм:

- орфоепічні (регулює усталену вимову звуків, звукосполучень);
- акцентуаційні (усталене наголошування);
- лексичні та фразеологічні (контролюють вживання слів і стійких словосполучень залежно від їх значення);
- морфологічні (правильне вживання морфем та граматичних форм: найперший (а не самий перший: завідувач (а не завідуючий));
- синтаксичні (визначають правильну побудову словосполучень і речень (повідомлення надіслані за призначенням (а не за призначенням повідомлення надіслані, оскільки такий порядок слів не характерний для укр.. мови);
- орфографічні (нормативність правопису);
- пунктуаційні (вживання розділових знаків);
- стилістичні (регул. вживання мовних засобів відповідно до сфери, ситуації спілкування: (з характеристики: Він кваліфікований працівник (а не добрий роботяга)).

Опанування норм літ. мови сприяє підвищенню культури мовлення, формує відповідний мовний смак.

Мова і культура перебувають в одній поняттєвій площині і як ду-ховні вартості органічно пов'язані між собою. Культура мови - галузь мовознавства, що займається утверджен-ням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях. Використовуючи ві-домості історії української літературної мови, граматики, лексиколо-гії, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику. Культура мови має регульовальну функцію, адже про-пагує нормативність, забезпечує стабільність, рівновагу мови, хоча водночас живить її, оновлює. Вона діє між літературною мовою і діа-лектами, народнорозмовною, між усною і писемною формами.

Культура мови невіддільна від практичної стилістики, яка дослі-джує і визначає оптимальність вибору тих чи інших мовних одиниць залежно від мети і ситуації мовлення.

Культура мовлення - передбачає дотримання мовних норм вимо-ви, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету.

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- нормативність (дотримання усіх правил усного і писемного мовлення);
- адекватність (точність висловлювань, ясність і зрозумілість мовлення);
- естетичність (використання експресивно-стилістичних засо-бів мови, які роблять мовлення багатим і виразним);
- поліфункціональність (забезпечення застосування мови у різ-них сферах життєдіяльності).

Висока культура мовлення означає досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та мовленнєву майстерність. Основними якісними комунікативними ознаками є правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота.

Етикет (з фр. – ярлик, етикетка) – це правила поведінки і спілкування людей у суспільстві, зовнішній вияв відносин між людьми.

Мовленнєвий службовий етикет – це правила мовленнєвої поведінки на роботі.

Гідна поведінка людини цінувалася ще в античному суспільстві. Пристойна поведінка це результат осмисленого ставлення до власних вчинків. Не випадково великі гуманісти минулого про етикет говорили так: “Поведінка – це дзеркало, в якому кожен доводить свій образ”(Гете); “У будь-якому дрібному, навіть незначному, непримітному вчинку вже виявляється весь наш характер: дурень і входить і виходить, і сідає і встає з місця, і мовчить і посувається інакше, аніж розумна людина” (Лабрюєр).

Етикет наслідує кращі моральні принципи, норми, звичаї, культуру спілкування всіх народів. Вони є загальнолюдськими або притаманними певному народові. Наприклад, японець, як правило, у спілкуванні не вживає заперечення “ні”. Те, як він вклоняється під час зустрічі, залежить від статусу особи, з якою він вітається: чим вищий статус особи, тим нижчим буде уклін

Так, в Америці у 1946 р. Було створено Інститут етикету. Його заснувала Емілія Поуст, “перша дама етикету”, як її назвали тоді, Цей інститут мав на меті зберегти традиції, розвинути певні форми поведінки та поширити їх у суспільстві. Емілія Поуст постійно аналізувала нові явища ділового життя, форми поведінки людини в бізнесі. Тим самим вона довела, що етикет, як і життя, є постійно змінюваною системою. Її рекомендації щодо ролі етикету в діловому житті стали поширюватися і за межі Америки. У різних країнах почали приділяти дедалі більше уваги етикету, аби досягти успіху в переговорах.

В Україні письмові настанови про те, як слід поводитись у суспільстві, з’явилися майже одночасно з розвитком писемності. Правила поведінки та прояви етикету різнилися, скажімо, в дворянському колі та селянській хаті. Для дворянських дітей етикет з ранніх років був предметом, якому їх спеціально навчали вихователі. Водночас правила пристойної поведінки, що зародилися в надрах загальнолюдської культури, були притаманні всім людям і передавалися з покоління в покоління.

З поняттям “етикет” пов’язані такі поняття, як ввічливість, тактовність, вихованість, Часом чуємо, що якусь людину називають інтелігентною чи порядною. Ця людина має внутрішню межу, яку вона не може переступити за будь-яких умов. Ось, наприклад, деякі правила етикету, прийнятого на світських раутах: розмовляти лише про приємні і цікаві речі; не обговорювати особисте життя та зовнішність присутніх, ставлення до релігії та політики; не скаржитися. Треба пам’ятати, що не етикет керує людиною, а людина використовує етикет для того, щоб краще взаємодіяти з іншими.

В українській мові є чимало формул привітання та прощання:

Доброго ранку! Добрий день! Добридень!

До побачення! Бувайте здорові! Усього найкращого! Прощайте! На все добре! До зустрічі!

Згоду можна висловити так:

Добре! Будь ласка! Із задоволенням! З радістю!

Відмовити можна так:

Ні, дякую; На жаль, ні; Перепрошую, але не можу; Мені дуже шкода, але...

Подяку висловлюють словом, дібраним відповідно до ситуації мовлення:

Дякую! Спасибі! Дуже вдячний за вашу турботу!

Попросити можна так:

Будьте ласкаві! Прошу вас! Чи не могли б ви; Якщо можете.

Слід розрізняти слова прощу(звертання з проханням) і прощу (відповідь на подяку)

Знайомство супроводжується формулами:

Мене звуть; Дозвольте представити (відрекомендувати) Вам; Познайомтеся, це...; Дуже

радий з вами познайомитися; Дуже приємно.

Треба пам'ятати, що в звертанні слід використовувати кличний відмінок:

Добродію! Пане! Панове! Дорогий друже! Оксано Петрівно! Сергію Васильовичу!

До незнайомого, малознайомого співрозмовника, старшого за віком прийнято звертатися на Ви.

Мовні формули хоч і достатньо стійкі, стандартизовані, однак легко варіюються. До них входять і стилістично нейтральні одиниці (Добрий день! Дякую!), і стилістично забарвлені (Раді вас вітати! (офіц.), Привіт! (розм.), Хелло!(жарг)). Стилiстично забарвлені етикетні формули поділяються на офіційні й неофіційні, загальноживані й вузько вживані (просторічні, жаргонні), нейтральні, урочисто-піднесені, церемонні, жартівливі, іронічні. Вибір із синонімічного ряду певної форми залежить від мети, завдань, умов спілкування.

Найважливіше мистецтво - це мистецтво переконання. Ним можна оволодіти лише у процесі комунікації. Сьогодні ми маємо діловий практикум із теми «Комунікація. Дискусія. Правила її ведення»

Скільки людина живе - стільки спілкується, і цей процес спілкування (усі його види) називається комунікацією. Комунікація - це спілкування друзів, комунікація - це навчання, комунікація - це виступ адвоката на суді, комунікація - це привітання із днем народження, комунікація - це розмова з подругою по телефону.

Але кожна людина - це особистість, яка має власну думку. Так чи інакше, люди об'єднані в колективи - класи, сім'ї, організації, установи, які налічують від двох осіб до 2 тис. осіб. Виникає необхідність вирішення певних питань. А в кожній ситуації, яка вимагає прийняття рішення, рано чи пізно настає момент, коли необхідно вибрати один з альтернативних способів дії.

Є рішення, які приймаються дуже швидко: що з'їсти на сніданок, коли встати, щоб не запізнитись на урок. Але є важливі рішення, які призводять до різних наслідків. І тоді людина вдається до дискусії.

Дискусія - публічне обговорення певного суперечливого питання чи проблеми (Глумачний словник української мови).

Дуже часто в професійному мовленні, в окремих виробничих ситуаціях, вирішуючи певну проблему, відстоюючи свою точку зору, вступають у дискусію. Ділова дискусія – це обмін думками стосовно якогось питання з дотриманням певних правил і за участю всіх або окремих її учасників. Майже кожне підприємство або фірма обговорюють ділові питання на засіданнях груп або комісій. Чимало ділових зборів і нарад також проводяться у формі дискусій. Під час масової дискусії всі учасники, за винятком голови, знаходяться в рівному положенні. Голова керує ходом дискусії і робить остаточні висновки. Групова дискусія характеризується тим, що спеціально підготовлена група обговорює питання – дискутує перед аудиторією. Мета такої дискусії – обговорення можливих варіантів розв'язання проблеми, обговорення протилежних точок зору щодо спірних питань, поширення нової інформації. У груповій дискусії можуть брати участь від трьох до десяти опонентів. Основний комунікативний засіб – діалог, який одночасно ведуть тільки двоє учасників. Ділова суперечка широко застосовується під час обговорення розбіжностей у ситуації, коли немає єдиної думки щодо обговорюваного питання. Це процедура, у якій один доводить, що якась думка правильна, а інший – що вона помилкова. На практиці суперечки проводяться в неупорядкованих, неорганізованих формах, а також без дотримання загальноприйнятих правил і принципів. Виступ під час дискусії – це роздум проблемного характеру. Автор такого роздуму намагається знайти вирішення певної виробничої проблеми чи складного питання. Оскільки чимало проблем, які постають перед суб'єктами сільськогосподарської діяльності, не передбачають однозначного вирішення, то роздуми часто мають дискусійний характер.

Щоб виступ під час дискусії досяг мети, виступаючий повинен сам бути зацікавленим у предметі свого виступу.

Організація дискусії передбачає три етапи:

- підготовчий. На цьому етапі доцільно сформулювати тему дискусії й основні питання,

які будуть винесені на колективне обговорення, дібрати відповідну літературу, визначити час і місце проведення дискусії.

Тему краще сформулювати проблемно. На обговорення не бажано виносити понад п'яти питань. Якщо тема складна, доцільно зробити невеликий вступ.

- основний. На цьому етапі обговорюються ті питання, які було винесено на порядок денний. Процесом обговорення керує ведучий. Учасники дискусії мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію. Кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме вони говорять. Усі повинні поводитися відповідно - заключний. Це етап підбиття підсумків. Підсумовує ведучий (здебільшого).

Як правило, дискусія не повинна тривати понад три години. Для повідомлень надається 15-20 хвилин, для виступу – 3-5.

Дискусія відрізняється від полеміки та диспуту. Полеміка має на меті не досягнення згоди в суперечці, а перемогу над опонентом. Диспут найчастіше використовується для публічного захисту наукової позиції або для того, щоб визначитись у життєво важливих, найчастіше моральних, проблемах.

Отже, форма проведення обговорення - це дискусія. Існують різні методи ведення дискусій.

«Мозковий штурм» - це ефективний метод колективного обговорення, пошук рішення, в якому шляхом вільного висловлювання здійснюються думки всіх учасників.

Принцип «мозкового штурму» простий. Ви збираєте групу учасників дискусії, ставите їм задачу та просите всіх учасників висловити свої думки з приводу рішення цієї задачі: ніхто не має права висловлювати на цьому етапі свої думки про ідеї інших чи давати їм оцінку.

За кілька хвилин можна отримати велику кількість ідей, які служитимуть основою для вироблення найбільш розумного рішення.

«Дерево рішень» (метод усіх можливих варіантів). Суть методу та його мета

Ця методика застосовується при аналізі ситуацій і допомагає досягти повного розуміння причин, які призвели до прийняття того чи іншого важливого рішення в минулому.

Учасники дискусії розуміють механізм прийняття складних рішень, а викладач із великою точністю заносить у колонки переваги й недоліки кожного з них. У ході обговорення учасники дискусії заповнюють таблицю.

Дебати. Суть методу та його мета

Мета учасника дебатів - переконати інших у тому, що його підхід до рішення проблеми правильний.

Проведення дебатів є ефективним засобом навчання учасників дискусії вмінню зрозуміло й логічно сформулювати свою позицію, віднаходити переконливі факти та доводи на свою підтримку.

Наприкінці дебатів учасники дискусії повинні оцінити наслідки реалізації позиції супротивника. При цьому, можливо, треба буде оцінити чинний закон або політику, що проводиться.

Дискусія у стилі телевізійного ток-шоу. Суть методу та його мета.

Ця форма дискусії об'єднує в собі переваги лекції та дискусії у групі. Група із 3-5-ти осіб веде дискусію на заздалегідь вибрану тему у присутності аудиторії. Глядачі вступають в обговорення пізніше: вони висловлюють свої думки або ставлять запитання учасникам бесіди.

Ток-шоу дає можливість чітко виразити різні точки зору на задану тему, але для цього основні учасники обговорення повинні бути добре підготовлені. У всіх рівні умови - 3-5 хвилин. Ведучий повинен слідкувати, щоб учасники не відхилялись від заданої теми. Ток-шоу добре проводити спареними уроками (1,5 год.)

Питання для самоконтролю

Розкрийте значення мови як суспільного явища.

З'ясуйте місце української мови серед інших мов світу.

Назвіть основні функції мови.

Як ви розумієте поняття “українська національна” та “літературна мова”?

Що таке мовні норми? Схарактеризуйте їх види і значення для високої культури

мовлення.

Що таке діалект? Які види діалектів ви знаєте?

Назвіть найголовніші ознаки української літературної мови.

Як в Україні законодавчо закріплено статус української мови як державної?

Семінарське заняття № 4

Комунікативні девіації (невдачі)

Питання для усного опитування та дискусії

1. Сутність і природа комунікативних девіацій.
2. Типологія комунікативних девіацій.

Практична складова

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: комунікативні девіації, діалог, полілог, текст, дискурс, типологія всіх можливих різновидів девіацій у комунікації.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Будь-яка людська діяльність (фізична, духовна, психічна, розумова, мовленнєва тощо) є складним багатоетапним процесом, який супроводжується найрізноманітнішими відхиленнями від його «нормального» ходу. Це стосується і процесу мовленнєвої комунікації.

Комунікативні девіації спричиняються порушенням правил (законів, постулатів, максимум 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 пресу- позиції 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 пліні 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.

У сучасній лінгвістиці загально визнаної 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 адресантом. 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.

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 адресатів (тобто випадково зривається з вуст) або адресований «Alter Ego» мовця, сприймається присутніми як чітко скерований саме до них:

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 адресатів. 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, спричинені адресантом*

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 кооперативного 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.

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:

- «висновування» із повідомлення, втіленого в конкретний мовний акт, неіснуючих ілюкативних 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 ідіолексоні адресата й адресанта, що зумовлено різноманітними чинниками: освітніми, віковими, статевими тощо:

а) різниця в ідіолексоні, пов'язана з різницею в освіті:

Дядя Варфоломій хвилюється: - Софістика! Софістика!

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 ідіолексоні, 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.

❖ **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.

Недотримання постулатів кооперативного спілкування.

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 ідіотетичною 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, пропозиціонування і побудова поверхневої структури повідомлення (висловлювання).

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 підведена 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: аспектів, коли адресант помилково вживає актанти, які закладені в семантиці цього предиката, наприклад: *Я думаю, що ви самі, сидячи біля телевізорів, чуєте вухами шаленний 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 поєднаних 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 Мараціни 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 Мараціни, 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»: Мараціна 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 смислу, тавтологічність або, навпаки, «економію» мовленнєвих засобів, що призводить до втрати частини глибинного смислу повідомлення.

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' катетеризувались в одному слові *розбите*, яке нормативно не може поєднуватися зі словом *враження*.

Мовленнєві девіації на етапі пропозиціювання.

У процесах вербалізації обов'язковим є усвідомлення мовцем ієрархії та структури ролей учасників. З лінгвістичної 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 узагальненій та організованій 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. Порушення цього закону в межах художнього мовлення завжди стилістично марковане. В інших типах мовлення недотримання цього закону стає причиною девіацій:

✓ *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 сукупність семантичних компонентів, наприклад: 'той, хто здійснює поїздку певним видом транспорту' — *пасажир*, '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. — 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:

3) [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*;

4) [Антось:] — *Чекай, Ісю: ти дядюшки Макара не знаєш, значить помовчи за нього говорити (Винничен-ко В. Молода кров)*. Відбулося поєднання виразів *помовчи і не треба за нього говорити*;

5) [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 дев'ятивних висловлюваннях етап про- позиціонування 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 номінативного компонента мовленнєвої діяльності стає домінуючим на етапі добору конкретних лексем.

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 ідіотнічна мова має свої неповторні закони комбінаторики.

Питання для самоконтролю

1. На чому ґрунтується розрізнення мовних і комунікативних девіацій?
2. Охарактеризуйте найважливіші типи комунікативних невдач, пов'язаних з особою адресанта; особою адресата; процесом комунікації; з особливостями використання каналів спілкування.
3. Чому за основу типології мовних девіацій взято процес породження мовлення?
4. Назвіть етапи породження мовлення і визначте притаманні їм типові помилки слововживання.
5. Визначте найтипівіші помилки в комунікативній поведінці й мовленні друзів.

Семінарське заняття № 5

Класифікація діалогів. Умови досягнення успішності у комунікації. Переговори як особлива форма діалогу

Питання для усного опитування та дискусії

1. Основні умови діалогічного спілкування.
2. Чинник цілеорієнтованості як найважливіший в аналізі діалогічного дискурсу.
3. Класичний діалог за Хундснуршером.
4. Структура проведення переговорів.
5. Об'єктивні та суб'єктивні чинники проведення переговорів.

Аудиторна робота

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: основні підходи до вивчення діалогічного мовлення, методика типологічної класифікації діалогів, проблема досягнення успішності комунікації на основі постулатів Грайса.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Цілеорієнтованість складає найважливіший параметр діалогу, як і будь-якого іншого виду людської діяльності. Вона визначає не тільки зв'язок окремих реплік між собою, але і типи або жанри людського спілкування. Діалог являє собою в тій чи іншій мірі особливого роду спільну діяльність учасників, кожний з яких переслідує свою комунікативну мету, що збігається або не збігається з метою співрозмовника. Поряд з особистою комунікативною метою кожний з учасників діалогу повинний визнавати певною мірою загальну для них обох мету (цілі) чи хоча б «напрямок» діалогу.

Г. Грайс формулює основний принцип комунікації, дотримання якого очікується від учасників діалогу. Цей принцип названий ним Принципом Кооперації: «Твій комунікативний внесок на даному кроці діалогу повинний бути таким, котрого вимагає спільно прийнята мета (напрямок) діалогу». Далі Г. Грайс виділяє більш конкретні постулати, дотримання яких відповідає виконанню Принципу Кооперації. Він класифікує їх на чотири категорії: Кількості, Якості, Відношення і Способу.

Переговори являють собою процес цілеспрямованого та орієнтованого на досягнення певних результатів ділового спілкування у формі діалогу. Метод принципів переговорів протиставляється м'якому і жорсткому підходам.

Кожен акт людського спілкування з точки зору участі в ньому особистостей, які обговорюють найрізноманітніші проблеми, є неповторним, але з точки зору найзагальнішої організації відбувається у межах відпрацьованих форм.

Форми мовного спілкування — типи інтерації, 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.

➤ Залежно від форми втілення засобів мовного коду розрізняють: зовнішнє мовлення (усне, писемне, паралінгвальне); внутрішнє мовлення (діалог людини із самим собою; довербальний етап породження мовлення).

➤ 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).

➤ З урахуванням специфіки каналів комунікації виокремлюють: мовлення безпосередньої комунікації («обличчям до обличчя»); мовлення опосередкованої комунікації (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо).

➤ 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).

➤ За способом організації комунікації: стихійне (випадкова зустріч на вулиці, транспорті тощо); організоване (збори, мітинги, конференції тощо).

➤ 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) 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.

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 (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 смислового взаємозалежності; 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 витокami усно-розмовну сферу, якій притаманний принцип економії засобів мовленнєвого коду. Інформативна повнота, окрім паралінгвальних засобів, забезпечується «спільністю аперцепційнош (який перебуває в полі сприйняття) базису» (Л. Якубинський): «Сюди! — Сиру?» (мовці йдуть повз магазин).

Монолог (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 (доповідь, 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, переконування тощо); ситуативними особливостями комунікації (безпосередньо-контактне, опосередковано-контактне — радіо, телевізійне); генетичними ознаками (імпровізоване, підготовлене); тематичним критерієм (наукове, публіцистичне, художнє тощо).

Полілог (поліло-гічна 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 — 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.

Діалог вибудовується за певними принципами:

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.

Кожен діалог відбувається у певному діалоговому середовищі, яке охоплює мовця, слухача, їхні стосунки, тональність і атмосферу між учасниками інтеракції. Діалогу притаманний комунікативний смисл як комплекс інтенцій учасників спілкування.

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 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); одnobічно інформативний (надає нову інформацію); двобічно інформативний (породжує нове знання в когнітивних сферах учасників спілкування);

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 «підслуховувачів»), 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).

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 чийось 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 усталених 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 групові норми, цінності, цілі, традиції, манера поведінки, комунікативний досвід. Комунікативний потенціал

1. 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.

Питання для самоконтролю

Охарактеризуйте форми, у яких здійснюється мовленнєве спілкування.

Які особливості монологічного мовлення?

Сформулюйте найважливіші принципи організації діалогу.

Охарактеризуйте типи діалогів.

Яка роль невербальних компонентів та мовчання в діалозі?

У чому виявляється специфіка полілогу і спілкування в малих мовних групах?

У чому полягає сутність інформативу та яка його роль в організації полілогу?

Наведіть приклади впливу лідера на комунікативну поведінку членів малої мовної групи.

Семінарське заняття № 6

Універсальні та етноспецифічні аспекти мовного спілкування.

Проблеми міжкультурної комунікації

Питання для усного опитування та дискусії

1. Вплив національно-культурних чинників на процес спілкування.
2. Аспекти мовного коду в міжкультурній комунікації.
3. Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету.
4. Комунікативні табу.
5. Національно-культурна специфіка максим спілкування.
6. Невербальні особливості міжкультурної комунікації.
7. Аналіз комунікативних ситуацій.

Аудиторна робота

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: основні підходи до вивчення міжкультурної комунікації, проблема міжкультурної комунікації у перекладознавчому аспекті, роль прикладного аспекту у міжкультурних дослідженнях.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Міжкультурна комунікація – спілкування, яке здійснюється в умовах значних культурно обумовлених розходжень у комунікативній компетенції його учасників і ці розходження істотно впливають на успіх чи невдачу комунікативної події. Як академічна дисципліна міжкультурна комунікація виникла у 1970-х роках і наразі використовує насамперед досягнення культурної антропології і дослідження комунікативних процесів у суспільстві. Існують чотири ознаки, що можуть описувати національні культури відносно їх положенню одна до одної на шкалі кожного з чотирьох параметрів: дистанція влади, індивідуалізм, уникнення невизначеності, змагальність.

У рамках прагматичних чинників дискурса також виявилися чинники культурного характеру. Дискурс на ту саму тему сильно відрізняється в термінах власне дискурсивних правил залежно від культури тієї групи, у рамках якої цей дискурс сформований. Кроскультурні лінгвістичні дослідження нерідко набувають форми порівняльного аналізу «мов» двох культурно протиставлених груп, що користуються начебто б одним загальним мовним кодом.

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 «носії 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 ідіотетичної 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 чотирі 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 взаємодію. Так, у різних народів стандартні 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 чужоземців ударом кулака по голові або по плечах, а жителі північно-західних районів Амазонки лякають 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 почергово цілують один одного руки.

Найважливішими аспектами і одночасно об'єктами дослідження МКК є:

➤ Аспекти, пов'язані з культурною традицією: дозволи і заборони у даній мовно-культурній спільноті на певні типи і різновиди спілкування; стереотипні ситуації спілкування, відтворені 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.

➤ Аспекти, пов'язані з соціальними чинниками і соціальними функціями спілкування: функціонально-стильові «підмови»; етикетні форми.

➤ Аспекти, пов'язані з етнопсихологією: психолінгвістична організація мовної діяльності; номенклатура, функції та особливості проксемічних, кінестетичних і паралінгвальних засобів.

➤ Аспекти, пов'язані зі специфікою тезаурусної організації культурно-мовної спільноти: система традиційних образів, порівнянь, символічне вживання певних денотатів; система кінетичних засобів.

➤ 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 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 адаптується 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 і відображається в процесах спілкування, яке у кожній культурі має свої особливості.

Процес оволодіння людиною культури 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 етнологісти, людина сприймає світ крізь категорії рідної мови, яка

пронизана неповторним народним духом. Звідси виток теорії лінгвістичної відносності (гіпотеза Сепіра-Ворфа), *лінгвістичного детермінізму* (лат. 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 ідіотнічне 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 ідіотнічного 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 ідіотнічне. Як зазначає сучасний американський дослідник Д. Хаймс, «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, що 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); в японській та китайській культурах таке спілкування практично неможливе.

Китайському глядачеві, наприклад, достатньо побачити пофарбоване матовобіле 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 ложі, а герої розмовляють із залом мовою жестів і танців, або в тому, що служка просценіуму («журомба») під час бою прикріплює до одягу героя червону стрічку в знак того, що той поранений.

Своєрідно сприймається зміст іншокультурного та художнього твору крізь призму своєї культури. Тубільці Західної Африки зрозуміли сюжет «Гамлета» В.Шекспіра так: Клавдій – молодець, що одружився з 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 щур?», 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.

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 українській традиції культурна символіка інша: дуб – це символ міцності й сили, осика асоціюється зі слабкістю, лякливою; українці сприймають це дерево негативно; 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, бідною, смертю; білий – з чистотою та свіжістю, жовтий – зі зрадою. У японському побуті білий колір пов'язаний зі смертю, трауром; у Монголії 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 оцінювального характеру, які вважаються типовими (взірцевими) для всього класу речей; суб'єктивне поняття лоточного 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 шиє 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 катетеризації світу і можуть суттєво відрізнятися від елементів наукової катетеризації, 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. 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 свинєю*); 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:

працьовитий: японець - 34,5; естонець - 19; українець - 18; татарин - 10; поляк - 8; американець - 5; *ледачий*: росіянин - 26; поляк - 8; українець - 5.

добрий: росіянин - 33; поляк - 15; українець - 12; грузин - 9; татарин - 5; *злий*: татарин - 5; естонець - 4.

розумний: японець - 37; росіянин - 24; татарин - 10; поляк - 8,5; американець - 7; француз 7; грузин - 6; естонець - 5,5; українець - 4.

Стереотипи етносів із плином часу можуть змінюватися, а можуть стати основою етнічних упереджень.

Етнічне упередження – необгрунтоване 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, знівельовати 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.

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. 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 неви- хованого, 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 побожність, 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.

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 пошанованого «Ви» у звертанні до однієї й тієї ж особи. Проблемою є, як саме звернутися до особи жіночої статі, розмовляючи, наприклад, французькою мовою. 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 незнайомців. 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 то го, 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: у 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 невивічливі, 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:

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.

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.

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 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 закріплені загальнік «той, кого не називають». У них існує також складна техніка називання родичів. Наприклад, невістка не може звертатись на ім'я до членів родини чоловіка. До свекрухи вона звертається «княгиня»; до свекра їй взагалі заборонено звертатись, а в розмові про нього з іншими особами вона повинна називати його «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.

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 максимум порушуються залежно від національно-культурних чинників. Чи не найбільшою мірою це стосується максимуми 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, датський 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.

Ідіоетнічне, культурно обумовлене у спілкуванні людей стосується мовного коду, соціальних ролей, тендерних, 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 Бар 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 неіндіанського походження...».

Відстань під час спілкування між мовцями теж є культурно значущою. Так, американці часто скаржаться, що араби підходять до них занадто близько під час розмови; англійці, у свою чергу, вважають, що американці стоять за близько до співбесідника, говорять надто голосно і не дивляться співбесіднику у 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 метри. 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. Датчани звикли затримувати погляд на співбесідникові довше, ніж це прийнято в англійців, тому англійці вважають їх невихованими, а датчани 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, фінни, норвежці, датчани) значно повільніший, ніж у південноєвропейських народів (італійці, іспанці, французи, греки, турки). Відповідно, наприклад, у датчан 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. Овчинников 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 господиня 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 під час прощання 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.

Питання для самоконтролю

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?

Семінарське заняття № 7

Складові комунікації, пов'язані з риторикою мовлення і ситуацією спілкування

Питання для усного опитування та дискусії

1. Стиль спілкування. Мовна особистість у комунікації
2. Усне і писемне спілкування. Функціональний стиль мовлення
3. Комунікативно-риторичні якості мовлення
4. Етикет мовленнєвого спілкування
5. Регістр як категорія комунікації
6. Тональність як складова мовленнєвого спілкування
7. Атмосфера спілкування.

Аудиторна робота

Виконання студентами усних та письмових (тестових) завдань з питань теми заняття.

Методичні вказівки

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: основні особливості ділового дискурсу, роль аргументації у діловому спілкуванні, типи діалогічних єдностей у діловому діалозі, етикет ділових стосунків у різних культурах.

З метою глибокого засвоєння навчального матеріалу при вивченні теми студенту варто особливу увагу зосередити на таких аспектах.

Діловий діалогічний дискурс являє собою соціально зумовлену мовленнєву подію, що функціонує в інституційно-виробничій сфері, де учасники комунікації мають необхідні повноваження для встановлення та розвитку ділових стосунків та реалізують у процесі взаємодії свої статусно-рольові характеристики, обумовлені виробничими відносинами, при цьому глобальна мета комунікації знаходиться поза спілкуванням і є головною в ієрархії цілей, а тематичний репертуар ділового діалогічного дискурсу вирізняється високим ступенем фіксованості теми. Дані параметри ситуації визначають мовну та мовленнєву організацію ділового діалогічного дискурсу.

Ділова розмова відрізняється від будь-якої іншої передусім своєю логічністю, оскільки вона орієнтована на дотримання штивності мови, тобто її чіткості та визначеності. Тому саме аргументування, що ґрунтується на законах логіки, допомагає бізнесменові правильно розмірювати ближні та дальні цілі, поєднувати поточну користь і майбутні блага.

У практиці ділових стосунків завжди є якісь стандартні ситуації, яких не можна уникнути. Для цих ситуацій і розробляються норми та правила поведінки. Цей набір правил і складає етикет ділового спілкування. Етикет ділових стосунків визначається, зокрема, як збір правил поведінки в бізнесі, який являє собою зовнішню сторону ділового спілкування.

Етикет (франц. — прикріплений, встановлений) — зовнішня, видима складова етики, яка формувалася протягом століть і тисячоліть у людському пільстві, невід'ємна частина духовного світу людини. Термін «етика» (лат. — звичай) у науковий обіг запровадив Арістотель (приблизно 384-322 до н. е.). Цей термін має два значення:

розділ філософії, об'єктом якого є мораль (прелеми 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, 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, симпатії (тобто налангтованості на внутрішній світ співбесідника, щирості у формулюванні своїх думок, увазі тощо, сигналами чого є репліки різних типів, а також міміка, усмішка, погляд, жести, постави тіла та ін.

Мовленнєва етика — правила мовленнєвої поведінки, ґрунтуються на нормах моралі, національно-культурних традицій, 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 (*Вибачте, 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 *здрастуй* чи *здрастуйте*, *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 вживання звертання свідчить про добре ставлення до слів 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*). Уразі прохання, як правило, свої «інтереси» формулюють непрямо, залишаючи за адресате 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'язкове 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 разити співрозмовника, не викликати у нього дискомфортного стану тощо зобов'язує мовця добирати евфемізми, а також надавати перевагу евфемістичному собу висловлювання.

Евфемізми (*грец. добре 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 вживання інших слів) всього, що порушує культурні стереотипи спілкування. Це перифрази, які стосуються смерті, 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 між-особистісних 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*.

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:

✓ 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).

✓ Стани, в яких перебувають учасники спілкування (психологічний, емоційний, фізичний, душевний, психічний; типи характерів комунікантів).

✓ Міжособистісні стосунки учасників спілкування (міра знайомства, належність чи ні до одного кола знайомств, психологічна сумісність чи несумісність, наявність чи відсутність спільних інтересів, емоційне ставлення, міра зацікавленості в спілкуванні, міра відвертості, інтерес до тематики розмови).

✓ Чинники, пов'язані з процесом спілкування, зокрема мовною та комунікативною компетенціями (мета спілкування, тема розмови, тональність, мова спілкування, володіння етикетними нормами, їх доречність, мовні вміння і навички, правильність мовлення, культура мовлення, вживання паралінгвістичних засобів, вміння слухати, стратегії й тактики ведення розмови). Соціальні, культурні, психологічні та інші чинники процесу спілкування (соціальні статуси, вікові відмінності, рівень освіти, загальний культурний рівень, інтелект, статеві відмінності, життєвий досвід та ін.).

✓ 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 позамоовних 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.

Питання для самоконтролю

Охарактеризуйте інші типи імпліцитної інформації в мовленнєвих актах. Як вони

співвідносяться з пресупозицією?

Охарактеризуйте роль у комунікації контекстуальних і ситуативних чинників.

Які ситуативні чинники мають найпомітніший вплив на перебіг і зміст спілкування? Поясніть свою думку.

Обґрунтуйте роль індивідуального стилю спілкування.

У яких параметрах комунікації найповніше виявляється мовна особистість?

Охарактеризуйте основні типи мовних особистостей.

Проаналізуйте найважливіші особливості усного й писемного спілкування.

Які основні й перехідні функціональні стилі літературного мовлення виділяють у сучасній лінгвістиці?

1.4. Самостійна робота студентів

Самостійна робота студента є однією з основних складових оволодіння навчальним матеріалом і виконується в позааудиторний час, передбачений тематичним планом навчальної дисципліни.

Під час вивчення навчальної дисципліни студенти повинні навчитися самостійно мислити, поглиблювати засвоєні на практичних заняттях знання, опановувати практичні навички спілкування за професійним спрямуванням.

Форма контролю самостійної роботи – перевірка конспекту або обговорення на практичному занятті. Питання самостійної роботи виносяться на поточний, модульний і підсумковий семестровий контроль.

З метою самостійного визначення рівня засвоєння теоретичного матеріалу студентам пропонуються питання для самоопрацювання та самоконтролю.

Аналіз комунікативних ситуацій

Люди у спілкуванні виявляють себе як особистості. Вони пред'являють один одному свої комунікативні паспорти, зміст яких свідчить про рівень інтелекту, культура, виховання, загального розвитку тощо. Це стосується насамперед 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 визнані *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 спілкується, — 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, тендерної, 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 стать, вік, звідки вона родом — із села чи міста, рівень її емоційності, фізичний стан, сферу діяльності, що вона робить у даний момент, тощо. За мовленням людини можна визначити, з якої країни чи регіону. Мовленнєвий паспорт індивіда свідчить про рівень його освіти, загальної культури, виховання, формує враження про людину її 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 паспорта 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 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 розлогіх описах можливо передати душевні порухи персонажів, найдрібніші деталі їхньої мовленнєвої поведінки.

Аналіз комунікативних ситуацій слід робити в певній послідовності за певною **схемою**:

❖ Контекст і ситуація спілкування: місце і час спілкування; їх вплив на перебіг інтеракції; характеристика каналів комунікації; комунікативний шум і його вплив на спілкування; зворотній зв'язок і засоби його підтримування.

❖ Комунікативна поведінка учасників спілкування (комунікативний паспорт персонажів): виявлення комунікативної мети кожного з учасників спілкування. Чи змінюється

впродовж інтеракції мета спілкування? Якщо так, то в чому причина?

- Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Аналіз комунікативної ініціативи учасників спілкування:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Аналіз комунікативних стратегій персонажів. Міра гнучкості стратегій:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Оцінка учасниками стратега один одного (якщо така оцінка наявна).
 - ❖ Виявлення тактик комунікативної поведінки учасників спілкування. Типи тактик. Зміна тактик (якщо це спостерігається).
 - ❖ Характеристика соціальних і комунікативних ролей, які реалізуються персонажами у фрагменті, який аналізують. Чи змінюються комунікативні ролі учасників спілкування?
 - ❖ Виявлення прихованих ролей (комунікативних позицій) учасників спілкування (із застосуванням трансакційного аналізу Е. Верна):
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Аналіз виявлених прийомів впливу на співбесідника. Чи беруться до уваги вік, освіта, стать, поточний стан свідомості тощо:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ 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 інтеракцій?
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Аналіз складових комунікативного кодексу кожного учасника спілкування (орієнтація на певні правила, максими, конвенції спілкування). Засоби мовного етикету:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Виявлення дії загальних законів спілкування.
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
- Аспекти мовного коду в комунікації (мовленнєвий паспорт персонажів):*
- ❖ Найчастотніші типи мовленнєвих актів:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Мовленнєві жанри, яким віддають перевагу учасники спілкування:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Дотримання норм культури мовлення учасниками спілкування:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Типи мовленнєвих помилок в ідіостилі учасників спілкування:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
 - ❖ Чи наявні засоби непрямого спілкування? Інтерпретація учасниками комунікації непрямого смислу повідомлень:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.

- ❖ Аналіз риторичних аспектів спілкування: вживання слів у прямих і переносних значеннях, образність, тропи і фігури мовлення тощо:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
- ❖ Засоби мовного етикету:
 - Персонаж А;
 - Персонаж В.
- ❖ Роль паралінгвістичних засобів спілкування:
- ❖ Регістрові характеристики.
- ❖ Тональність спілкування.
- ❖ Атмосфера спілкування.
- ❖ 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 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 комунікативної ситуації (фрагментів п'єси І. Карпенка-Карого (дія 2, ява 2).

1.5. Індивідуальні завдання

1.5.1. Умови виконання завдань

Індивідуальне навчально-дослідне завдання студентів денної форми навчання виконується у межах годин, відведених для самостійної роботи студента.

ІНДЗ може виконуватися у формі творчої наукової роботи, реферату, складання конкретних видів документів тощо. Тема ІНДЗ у формі творчої наукової роботи, реферату обирається студентом добровільно та/або закріплюється за студентом викладачем на початку семестру і виконується за ustalеними вимогами. Підготовка ІНДЗ у таких формах передбачає:

- підбір та опрацювання літератури за темою;
- складання плану роботи (вступ, *перше питання* - розкриття теоретичних аспектів проблеми, *друге питання* - аналіз фактичних та статистичних даних, висновки, список використаних джерел);
- виклад основних ідей та пропозицій авторів;
- презентація ІНДЗ на семінарських заняттях (виступ до 5 хвилин).

ІНДЗ у формі складання конкретного виду документа обирається студентом добровільно або закріплюється за студентом викладачем на початку вивчення змістового модуля № 3.

З визначених шкалою 20 балів, що можуть бути нараховані студенту за самостійну роботу, 15 балів виділяються для СРС зі змістових модулів № 1 і № 2, 5 балів – для СРС зі змістового модуля № 3.

1.5.2. Темати ІНДЗ у формі творчої наукової роботи

1. Вербальний контакт
2. Комунікативний кодекс
3. Механізми взаємодії мовців під час вербального контакту
4. Лінгво-структурний підхід до вербального коду в комунікації
5. Механізми пристосування мовного коду до об'єктивної дійсності
6. Лінгвістичні поняття «референція» та «пропозиція»
7. Мовленнєвий акт і дискурс як одиниці організації мовного коду в комунікації
8. Мовленнєвий акт як недискретна одиниця організації мовного коду в комунікації
9. Дискурс як глобальна одиниця організації мовного коду в комунікації, компонент

комунікативного акту

10. Текст як результат і одиниця комунікації
11. Основні підходи до тлумачення тексту
12. Значення тексту в комунікації
13. Лінгво-культурний підхід до вербального коду в комунікації
14. Взаємозв'язок об'єктивної дійсності, мови, свідомості, культури
15. Співвідношення концептуальної, мовної і ціннісної картин світу
16. Культурний концепт як одиниця комплексного вивчення мови, свідомості і культури
17. Антропологічна культура та її вплив на комунікацію. Ціннісно-орієнтаційний профіль

культури

18. Комунікативна поведінка і комунікативні ресурси
19. Комунікативна поведінка
20. Комунікативні стратегії і тактики

1.5.3. Темы ІНДЗ у формі реферату

1. Мовне самоствердження українців на тлі історичного досвіду народів світу.
2. Мисленнєві і комунікативні основи граматичної системи української мови.
3. Розгорнуте мовленнєве повідомлення.
4. Значення і смисл слова. Розвиток значення слова.
5. Мислення і мовлення.
6. Тенденції розвитку сучасного спілкування.
7. Гендерні аспекти спілкування.
8. Дискурс як процес і найзагальніша категорія організації мовного коду в спілкуванні.
9. Дискурс і мовленнєвий жанр.
10. Механізми мовлення: перехід від внутрішнього до зовнішнього мовлення.
11. Проблеми білінгвізму.
12. Типи граматичного опису лінгвістичних досліджень.
13. Текстова організація висловлення.
14. Невербальні засоби у комунікативному процесі.
15. Система вербальних засобів у мовленнєвій діяльності.
16. Особливості упровадження у школі уроків із розвитку зв'язного мовлення.
17. Особливості упровадження у школі позакласних заходів із розвитку зв'язного мовлення.
18. Функціонування усного та писемного мовлення.
19. Формування і розвиток етикетних формул українця.
20. Динаміка формування логічних доказів у процесі створення повідомлення.

1.5.4. Методичні рекомендації до виконання індивідуальних завдань

Метою виконання рефератів і творчих наукових завдань є закріплення і систематизація студентами отриманих знань у процесі участі в аудиторних заняттях і самостійної роботи.

Для виконання рефератів і творчих наукових завдань студенти повинні використовувати законодавчі та підзаконні акти, інструктивно-методичні матеріали, науково-монографічну літературу, статистичні дані.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання студентів денної форми навчання виконується у межах годин, відведених для самостійної роботи студента. Тема ІНДЗ у формі творчої роботи обирається студентом добровільно і закріплюється за студентом викладачем на початку семестру. ІНДЗ у формі реферату обирається студентом добровільно або закріплюється за студентом викладачем протягом семестру.

Роботи виконуються комп'ютерним способом з одностороннім розміщенням тексту на папері формату А4 (210 мм x 297 мм) з дотриманням прийнятих у діловодстві стандартних берегів:

лівого – 30 мм, верхнього та нижнього – 20 мм, правого – не менше 10 мм.

Обсяг роботи має забезпечувати належне висвітлення теми і не повинен перевищувати: реферату – 5-7, творчої наукової роботи – 14-16 сторінок друкованого тексту шрифтом TimesNewRoman кеглем 14 з півторачним міжрядковим інтервалом.

Робота починається з титульного аркуша. Нумерація аркушів роботи починається з титульного аркуша. Номер на титульному аркуші не проставляється.

Титульний аркуш реферату оформлюється за зразком 1. В тексті реферату вступ, розділи та висновки структурно не виділяються. Після тексту реферату подається список використаних джерел, нижче якого рукописним способом зазначаються дата виконання реферату і особистий підпис студента.

Нижче списку використаних джерел рукописним способом зазначаються дата виконання реферату і особистий підпис студента.

Титульний аркуш творчої наукової роботи оформлюється за усталеним зразком.

Творча наукова робота повинна бути структурованою, тобто після титульного аркуша містити: план, вступ, три (два) розділи, висновки, список використаних джерел. Складові частини творчої наукової роботи не обов'язково починати з нового аркуша. Розділи плану роботи формулюються самостійно студентом як найважливіші напрями розкриття її теми. Оцінювання результатів виконання рефератів і творчих наукових завдань здійснюється відповідно до чинної в університеті системи оцінювання знань в умовах запровадження Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) і включається до поточної успішності.

1.6. Підсумковий контроль

Освітньо програмою, навчальним планом, а також робочою програмою дисципліни передбачено, що формою підсумкового семестрового контролю є екзамен, який за рішенням кафедри може проводитися усно або письмово за рукописною чи електронною тестовими технологіями.

1.6.1. Питання для підсумкового контролю

1. Які функції мови ви знаєте? Дайте коротку характеристику кожній з них.
2. Яка різниця між мовою і мовленням?
3. Що таке внутрішня мова? Як впливає ситуація на ступінь її оформленості?
4. Які існують види зовнішньої мови?
5. Які існують етапи реалізації мовної дії? Схарактеризуйте їх.
6. Розкрийте зміст поняття “культура мови”
7. Визначте найважливіші ознаки високої культури мови.
8. Розкрийте зміст поняття “мовна норма”.
9. Чим усна мова відрізняється від писемної?
10. Наскільки суттєвими з точки зору організації та побудови ідентичного висловлювання є різниці між усним та письмовим мовленням?
11. Що ви можете сказати про виразні можливості мови, що звучить?
12. Перерахуйте та коротко прокоментуйте основні параметри літературної розмовної мови, інтегровані у структурно-композиційні схеми.
13. Охарактеризуйте основні невербальні засоби спілкування.
14. У чому складається відмінність між інтеракціональним та трансакціональним спілкуванням?
15. Назвіть і охарактеризуйте основні компоненти мовленнєвої дії за Хаймсом.
16. Що таке поняття дискурсу у сучасному мовознавстві?
17. Які критерії є головними при аналізі діалогічного дискурсу?

18. Охарактеризуйте “small talk” як особливий вид розмовного спілкування.
19. У чому полягає різниця між стратегіями та тактиками у спілкуванні?
20. Які етапи складають структуру власне розмовного дискурсу?
21. Схарактеризуйте структуру розмовного дискурсу та правила мовленнєвої поведінки (topicalizing behaviour).
22. У чому полягає прагматичний підхід до явищ мови?
23. Чим пояснюється, на вашу думку, інтерес лінгвістів до прагматичного аспекту мови?
24. Дайте характеристику локутивного, іллокутивного та перлокутивного актів як компонентів висловлювання.
25. Які складові мовленнєвого акту виділив Остин Дж? Дайте їм характеристику.
26. У чому полягає відмінність локутивного, іллокутивного та перлокутивного компонентів мовленнєвого акту?
27. Що таке комунікативна компетенція мовця?
28. Які існують бар’єри спілкування? Поясніть, що таке “бар’єри мовлення”.
29. У чому різниця між граматичною та комунікативною компетенцією мовця?
30. Які існують глобальні іллокуції за Серлем?
31. Чому саме іллокутивний акт стоїть у центрі комунікативно та прагматично орієнтованих досліджень?
32. З чим пов’язана відмінність між прямими та непрямими мовленнєвими актами?
33. Охарактеризуйте постулати Грайса, які сприяють успішності у комунікації.
34. Чому проблема досягнення успішності в комунікації вимагає особливої уваги? Чи можливе додержання усіх постулатів Грайсу у реальній комунікації? Чому?
35. Які існують умови діалогічного спілкування? У чому полягає різниця між побутовою розмовною та діловою бесідою?
36. Як ви прокоментуєте твердження, що вміння вести ділову розмову сприяє приросту продуктивності праці?
37. Прокоментуйте типологічну класифікацію діалогів Хунснуршера.
38. Від чого залежить ефективність ділового спілкування.
39. Назвіть та прокоментуйте основні структурні елементи переговорів.
40. Від чого, на вашу думку, залежить успішність проведення переговорів?
41. Охарактеризуйте структуру процесу ділового спілкування. Що собою являють ділові переговори? Які передумови їх організації?
42. Що таке “національний” стиль спілкування?
43. Наскільки важливим є знання національної специфіки партнера у діловому спілкуванні?
44. Що таке міжкультурна комунікація?
45. Схарактеризуйте лінгвістичний напрям досліджень міжкультурних комунікацій.
46. Чим можна пояснити виникнення проблем у міжкультурній комунікації?

2. Схема нарахування балів

Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:





Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій з навчальної дисципліни, визначається у пропорційному співвідношенні до кількості відвіданих лекцій. Загальна кількість балів визначається за формулою $\sum_{л} = \Phi_{л} / \Pi_{л} \times \text{Мах}$, де:

$\sum_{л}$ – загальна сума балів;

$\Phi_{л}$ – кількість фактично відвіданих лекцій;

$\Pi_{л}$ – кількість планованих лекцій, визначених робочою програмою;

Мах – максимальна кількість балів, яку студент може отримати за роботу на лекціях.

Обсяг балів, здобутих студентом денної форми навчання під час лекцій з навчальної дисципліни, визначається згідно з додатком 1 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права.

З цієї навчальної дисципліни передбачено проведення за денною формою навчання 9 лекційних занять. Отже, студент денної форми навчання може набрати під час лекцій таку кількість балів:

Денна форма навчання	Кількість лекцій за навчальним планом і можлива кількість нарахованих балів залежно від кількості відвіданих лекцій															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	0,6	1,3	1,9	2,5	3,1	3,8	4,4	5,0	5,6	6,3	6,9	7,5	8,1	8,8	9,4	10,0

Під час проведення семінарських (практичних) занять студентам виставляються бали, яким відповідає рівень знань студентів, поданий у наведеній нижче таблиці:

Оцінка за одне заняття	Зміст критеріїв оцінки			
	Усні виступи	Письмові нетестові завдання	Тестові завдання	
			однакового рівня складності	різних рівнів складності
1	2	3	4	5
5	Студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому		Студент правильно вирішив усі або не менше 90 % тестових завдань.	Студент набрав не менше 90 % від максимально можливої кількості балів.

	обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90 % письмових завдань.		
4,5	Студент досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 82-89 % письмових завдань.	Студент правильно вирішив 82-89 % тестових завдань.	Студент набрав 82-89 % від максимально можливої кількості балів.
4	Студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81 % письмових завдань.	Студент правильно вирішив 74-81 % тестових завдань	Студент набрав 74-81 % від максимально можливої кількості балів.
3,5	Студент в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі несуттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73 % письмових завдань.	Студент правильно вирішив 64-73 % тестових завдань.	Студент набрав 64-73 % від максимально можливої кількості балів.

3	Студент в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63 % письмових завдань.	Студент правильно вирішив 60-63 % тестових завдань.	Студент набрав 60-63 % від максимально можливої кількості балів.
2 – 2,5	Студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59 % письмових завдань.	Студент правильно вирішив 35-59 % тестових завдань.	Студент набрав 35-59 % від максимально можливої кількості балів.
0 – 1,5	Студент частково володіє навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 0-34 % письмових завдань.	Студент вирішив 0-34 % тестових завдань.	Студент набрав 0-34 % від максимально можливої кількості балів.

Обсяг балів, здобутих студентом під час семінарських (практичних, лабораторних) занять з навчальної дисципліни, визначається за формулою $\sum_c = B_1 + B_2 + \dots + B_n / n \times K$, де:

\sum_c – загальна сума балів;

B – кількість балів, отриманих на одному занятті;

n – кількість семінарських (практичних) занять, визначених робочою програмою;

K – коефіцієнт, який, як правило, дорівнює 9.

За результатами семінарського (практичного) заняття кожному студенту до відповідного документа обліку успішності виставляється кількість балів від 0 до 5 числом, кратним, як правило, 0,5, яку він отримав протягом заняття. З цієї навчальної дисципліни передбачено проведення за денною формою навчання 11 семінарських занять. Отже, студент денної форми навчання може набрати під час семінарів таку кількість балів:

Денна форма навчання	Кількість семінарських/практичних занять за навчальним планом і можлива кількість нарахованих балів залежно від рівня знань																Можлива кількість нарахованих балів	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		17
	4,0	4,5	3,5	4,5	4,5	5,0	5,0	4,5	4,5	5,0	5,0	4,0	4,5	3,5	4,5	4,5	5,0	(76,0 : 17) x 9 = 40,23 (але не більше 40 балів)

У разі оцінювання знань студентів за результатами виконання під час семінарських занять тестових робіт кожне завдання роботи оцінюється від 0 до 5 балів, сума балів ділиться на кількість завдань. Отримане число, округлене до десятих бала, зараховується студенту як оцінка за

виконану тестову роботу.

20 балів, виділених схемою нарахування балів на самостійну роботу студентам денної форми навчання, можуть бути розподілені між завданнями для самостійної роботи з тем дисципліни (з врахуванням їх оцінювання на семінарських заняттях), або можуть бути використані для оцінювання виконання ІНДЗ: від 0 до 15 балів за виконання ІНДЗ зі ЗМ-1 і ЗМ-2; від 0 до 5 балів за виконання ІНДЗ зі ЗМ-3:

Номер зм.модуля	Змістовий модуль 1												Змістовий модуль 2					Усього балів
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Номер теми																		
Макс. кількість балів за СРС з тем	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	20
Максимальна кількість балів за виконання ІНДЗ у формі творчої наукової роботи чи у формі реферату зі змістових модулів № 1 і № 2																		15
Максимальна кількість балів за виконання ІНДЗ у формі складання конкретного виду документа зі змістового модуля № 3																		5

3. Рекомендовані джерела

3.1. Основні джерела

1. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Суми. Сумський державний університет. 2011. 187 с.
2. Grice, H.P. Studies in the Way of Words. Harvard University Press. 1989.
3. Caroll, D. Psychology of Language. Brooks, Cole Publishing Company. 1999.
4. Kramsch, C. Language and culture. Oxford University Press, Inc..1998.
5. Petrick, J., Anker, A. Communication Theory. <http://en.wikibooks.org/wiki/>
6. Perry, John. Pragmatics. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 178 p.

3.2. Допоміжні джерела

1. Гладуш Н.Ф. Прагматичні аспекти висловлювання і дискурсу. Київ : Видавничий центр КНЛУ. 2005. 200 с.
2. Гончарова Н.В. Аксиологічна структура англomовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози) : автореф. канд. дис. Київ. 2002. 19 с.
3. Засекін С.В. Дискурсивні маркери конкретності англomовного діалогічного тексту: когнітивні та прагматичні аспекти : автореф. дис.. філ. наук : КНЛУ. 2001. 20 с.
4. Корнійко І.В. Звертання як динамічний засіб вираження зверненості мовлення (на матеріалі сучасної німецької мови) : автореф. канд. дис. Київ. 2000. 18 с.
5. Лукашенко Н.Г. Прагматична полісемія засобів реалізації регулятивних стратегій (на матеріалі сучасного англomовного діалогічного дискурсу). Проблеми семантики слова речення та тексту. Київ. 2003.
6. Орличенко О.В. Неособові форми дієслова як текстові «організатори» в діалоговому тексті (ісп. мова). Проблеми семантики, слова, речення та тексту. Київ. 2003.
7. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси: Чабаненко. 2011. 350 с.
8. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації. : навчальний посібник. Київ : Видавничий центр «Академія». 2010. 240 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Лінгвістичний портал з української мови. www.mova.info.
2. Український правопис. www.pravopys.net.
3. Словники он-лайн. www.rozum.org.ua .
4. Словники України. <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua>.
5. Українська мова : Енциклопедія. <http://litopys.org.ua/ukrmova/um.htm>.