

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ

Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

Н.О.Москаленко

ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ: УМОВИ УСПІШНОГО ДИСКУРСУ

Методичні матеріали до лекційних занять

з дисципліни «Теорія мовленнєвих актив: умови успішного дискурсу»

для здобувачів ступеня магістр освітньо-професійної програми

«Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська»

зі спеціальності 035 «Філологія»

Дніпро

НТУ «ДП»

2024

Теорія мовленнєвих актів: умови успішного дискурсу [Електронний ресурс] : матеріали до лекційних занять з дисципліни «Теорія мовленнєвих актів: умови успішного дискурсу» для здобувачів ступеня магістр освітньо-професійної програми «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська» зі спеціальності 035 «Філологія» / Н.О.Москаленко ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2024. 100 с.

Розробник:

Наталія Олександрівна Москаленко, доцент, канд. філол. наук, доцент кафедри перекладу НТУ «Дніпровська політехніка».

Затверджено науково-методичною комісією зі спеціальності 035 Філологія (протокол № 6 від 23.05.2024) за поданням кафедри перекладу (протокол № 9 від 23.05.2024).

Уміщено теоретичні відомості за темами курсу.

Орієнтовано на активізацію навчальної діяльності здобувачів ступеня магістр спеціальності 035 «Філологія» та закріплення знань у засвоєнні дисципліни «Теорія мовленнєвих актів: умови успішного дискурсу».

Відповідальний за випуск завідувач кафедри перекладу Т. М. Висоцька, канд. філол. наук, доц.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Тема 1. Основні поняття комунікативної лінгвістики.....	5
Тема 2. Код у структурі комунікативного акту.....	12
Тема 3. Комунікативна особистість і успішність мовної комунікації.....	16
Тема 4. Категорія контакту.....	25
Тема 5. Дискурс у сучасній лінгвістиці. Поняття дискурсу.....	33
Тема 6. Мовленнєві акти в аналізі комунікативних інтеракцій.....	39
Тема 7. Одиниці дискурс-аналізу.....	47
Тема 8. Категорії дискурс-аналізу.....	55
Тема 9. Принцип кооперації і імплікатури спілкування як основні поняття інферційної прагматики Пола Грайса.....	62
Тема 10. Диференціація мовленнєвих актів комплементу, похвали і лестощів.....	76
Тема 9. Соціолінгвістичні ознаки українського національного дискурсу в умовах війни.....	80
Тема 10. Академічна лекція як різновид гуманітарного дискурсу: когнітивно-прагматичний аспект.....	90
Список використаної та рекомендованої літератури.....	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

Мета дисципліни «Теорія мовленнєвих актів: умови успішного дискурсу» - виявити вплив суб'єктивного (людського) чинника на рівні мови та аспекти її функціонування; поглибити знання студентів у царині теорії та методології діяльній лінгвістики, ознайомити студентів із прикладною сферою лінгвістичного знання; показати комунікативні, інформаційні, естетичні та інші можливості мови; ознайомити студентів з теоретичними основами теорії мовленнєвої діяльності; навчити студентів так висловлювати свою думку (намір), щоб висловлювання було грамотним; доречним у даній ситуації; відповідало традиції соціуму; було зрозумілим слухачам і правильно сприйнятими ними.

Завдання курсу:

- поглибити знання здобувачів вищої освіти про стилістичну організацію тексту, типи стилістичних прийомів та засоби виразності;
- навчити співвідносити усі мовні рівні твору та рівні його потенційної інтерпретації;
- навчити виконувати лінгво-стилістичний аналіз тексту.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні терміни та поняття лінгвістичного та стилістичного аналізу тексту;
 - засоби стилістичної виразності;
 - методику та алгоритм комплексного філологічного аналізу художнього тексту;
 - типові моделі та кліше, які демонструють функціонально-стильові особливості сучасної англійської мови;
- **уміти**
- визначати у контекстах стилістичні прийоми різних рівнів та типів;
- встановлювати співвідношення мовних рівнів та засобів стилістичної виразності; стилістичного прийому зокрема та групи прийомів взагалі;
- аналізувати мотиви, ідеї та імплікації контекстів відносно тих стилістичних прийомів, що визначають їх призначення;
- розкривати стилістичний потенціал кожного елемента контекста залежно від стилістичного навантаження;
- вживати засоби виразності, стилістичні прийоми в межах функціональних комунікативних ситуацій та відповідних реєстрів з відображенням жанрових характеристик англомовного дискурсу;
- здійснювати філологічний аналіз текстів;
- висловлювати власну точку зору та аргументовано її доводити.

Тема 1. Основні поняття комунікативної лінгвістики

Мовленнєвий акт – це висловлювання (мовленнєва дія) чи сукупність висловлювань (мовленнєвих дій), здійснюваних одним мовцем із врахуванням іншого.

Комунікативний акт – це сукупність мовленнєвих актів, здійснюваних комунікантами назустріч один одному. Схематично це можна зобразити так: Мовленнєвий акт АДРЕСАНТ → АДРЕСАТ
Комунікативний акт АДРЕСАНТ ↔ АДРЕСАТ
Мовленнєвий жанр – тематично, композиційно і стилістично усталений тип повідомлення – носій мовленнєвих актів, об'єднаних метою спілкування, задумом мовця з урахуванням особистості адресата, контексту і ситуації спілкування. Відповідно до теорії мовленнєвих жанрів людське мовлення в типових ситуаціях втілюється в певні готові форми мовленнєвих жанрів. МЖ характеризуються триєдністю: 1) тематичним змістом, 2) стилем, 3) композицією висловлювання.

Комунікативний намір (інтенція) — це бажання вступити в спілкування з іншою людиною. *Задум повідомлення* — це інформація в початковому вигляді, яку автор хоче передати адресату, проект, ідея майбутнього повідомлення.

Комунікативна мета – це стратегічний результат, на досягнення якого спрямовано комунікативний акт. Цілі у комунікації бувають різними: а) інформаційна – донести до співрозмовника свою інформацію і отримати підтвердження, що її одержали; б) предметна – що-небудь одержати, дізнатися, змінити в поведінці співрозмовника; в) комунікативна – сформулювати відповідні стосунки зі співрозмовником. Про різні комунікативні цілі у КА, як правило, сигналізують мовленнєві формули.

Цілі повідомлення щодо перспективи досягнення бувають двох видів: а) найближчі, безпосередньо висловлювані автором, і б)

віддаленіші, довготривалі. Серед найближчих цілей звичайно виділяють інтелектуальні, пов'язані з отриманням інформації, з'ясуванням позицій і думок, роз'ясненням і критикою. Також є цілі, пов'язані зі встановленням характеру стосунків: розвитком або припиненням комунікації, підтримкою або запереченням поглядів партнера, спонукання до дії. На думку Джона Остіна, існує два типи висловлювань: перформативи й констативи.

Перформативи (від англ. *performance* – дія, вчинок, виконання) – це мовні складники реальних ситуацій, дієслова, вживання яких у відповідній формі (найчастіше у формі 1-ої особи однини, рідше множини теперішнього часу) і є одночасним виконанням дії. За підрахунками Дж. Остіна, в англійській мові налічується більше 200 перформативів. Приблизно така ж їх кількість і в інших мовах.

Констативи описують реальність («Ось йде тролейбус № 4», «Учень йде в школу» тощо), «не втручаючись» в неї.

МА як складна дія має свою структуру. За Дж. Остіном, МА являє собою єдність трьох актів: 1) побудувати граматично правильне висловлювання із слів певної мови, вкласти в нього певний смисл, референцію, тобто посилання на реальність, про яку йтиметься (що одержало назву *локуції* і *локутивного акту*); 2) надати висловлюванню бажаної комунікативної спрямованості на певну реакцію та наслідки (*ілокуцію* та *ілокутивного акту*) та 3) забезпечити засобами мовленнєвого акту створення нової ситуації через вплив на свідомість або поведінку адресата (*перлокуцію* і *перлокутивного акту*). *Перлокутивний ефект* – це той вплив, який висловлювання здійснює на адресата, при цьому мають на увазі не сам факт розуміння адресатом смислу висловлювання, а ті зміни, які є результатом цього.

На разі існує близько 200 класифікацій МА і КА. Найбільш універсальною вважається класифікація МА Джона Сьорля, який

класифікує МА на основі таких критеріїв: 1) мета (призначення) мовленнєвого акту; 2) спрямованість акту (тверд

ження спрямовані від реальності до слів, а обіцянки та вимоги – від слів до реальності). 3) вираження психологічного ставлення мовця; 4) сила прагнення до досягнення мети; 5) різниця у статусах мовця та адресата та ін.

На основі цих критеріїв учений виділяє 5 основних груп. 1. *Репрезентативи*. Це інформаційні мовленнєві акти, у ході яких співрозмовнику надається інформація про ті чи інші події, предмети чи явища. Вони свідчать про наміри мовця передати слухачеві певну сукупність відомостей чи взяти на себе відповідальність за їх істинність. 2. *Директиви* – це „імперативні” мовленнєві акти, вони мають імперативну ілокутивну спрямованість, тобто намагаються змусити слухача зробити дещо.

Здійснюючи їх, мовець фактично примушує (наказує, змушує) адресата до здійснення (чи не здійснення чого-небудь). Специфіка директивів полягає в тому, що вони зобов’язують співрозмовника взяти до уваги бажання чи потреби мовця. 3. *Комісиви* – мовленнєві акти взяття зобов’язань. Вони накладають на адресанта (мовця) зобов’язання виконати певні дії у майбутньому або дотримуватися певної лінії поведінки. Дж. Сьорль до комісивів відносить погрози, а Г. Почепцов виокремлює погрози у групу менасивів. 4. *Експресиви* – мовленнєві акти, які виражають ставлення мовця до реальних справ, характеризують ступінь його відвертості. Це акти поздоровлення, вибачення, привітання, співчуття тощо. 5. *Декларативи* – мовленнєві акти, функція яких полягає у словесному оформленні різних типів соціальних дій: вінчання, доручення, називання тощо.

Особливість декларативів полягає в тому, що їх може здійснити людина, наділена певними обов’язками.

Український вчений професор Георгій Георгійович Почепцов на основі ілокутивної сили виділяє такі типи МА: 1. Констатив – ствердження. 2. Промісив – обіцянка. 3. Менасив – погроза. 4. Перформатив – констатація і здійснення дії одночасно. 5. Директив – пряме спонукання адресата до дії. 6. Квеситив – запитання. 5. *Комунікативний канал* – це реальна або уявна лінія зв'язку (контакту), по якій повідомлення рухаються від адресанта до адресата.

Комунікативні канали забезпечують рух тільки **матеріального втілення** повідомлень, яке виражає смисловий зміст, причому рух відбувається у фізичному (геометричному) просторі і в астрономічному часі.

Розвиток людства супроводжувався постійним збільшенням кількості комунікативних каналів, завдяки доповненню природних каналів, що утворилися в ході антропогенезу, каналами штучними, свідомо створеними людьми.

Природні комунікативні канали – це канали, що використовують вроджені, природно властиві homo sapiens засоби для передачі смислових повідомлень у фізичному просторі.

Таких каналів два: невербальний (несловесний) і вербальний (словесний).

Невербальний канал – це спадщина зоокомунікації, властивої вищим тваринам.

Вербальний канал доступний тільки роду людському, що володіє здатністю користуватися природною мовою. Формування мовної здатності (і відповідно – вербального комунікативного каналу) відбувалося у процесі антропогенезу.

Потреба в *штучних комунікативних каналах* виникає тоді, коли адресант і адресат позбавлені безпосереднього контакту, не можуть ані бачити, ані чути один одного, і в той же час існують соціально-культурні значення, які потребують передачі в часі й просторі.

До штучних каналів відносять: документний канал (писемність), телеграф, телефон, радіо, телебачення, електронні засоби (Інтернет) тощо.

У процесі комунікації можуть використовуватися інформаційні й фатичні акти.

Фатичний акт (ФА) (від англ. *phatic communion* – несуттєві в інформаційному плані розмови) – це акт, призначення якого полягає у встановленні чи підтримці комунікативного контакту. Формально ФА сприймаються як інформаційні, ґрунтуються на взаємно приємній чи нейтральній тематиці, ні до чого не зобов'язують співрозмовників, основною їх метою є «соціальне схвалення». ФА характерні для ритуального спілкування.

Інформаційний акт – це КА, призначення якого полягає в суттєвому інформаційному обміні. У процесі комунікації від адресанта до адресата передається повідомлення.

Повідомлення має значення і смисл. Значення – це пов'язаний з конкретною мовною одиницею у свідомості носіїв мови узагальнений образ певного предмета або ситуації, факту, події. Значення пов'язане з мовою, а смисл – з мовленням.

Смисл – «спосіб представлення денотата в знаку» (визначення Готтліба Фреге). Це означає, зокрема, що знак може мати декілька смислів при одному денотаті (предметі, який цим знаком позначається). Смисл має не тільки слово, але й речення (повідомлення), його називають пропозиційним значенням. Ним є зміст речення, висловлена в ньому думка.

Смисл повідомлення може передаватися експліцитно й імпліцитно. Експліцитний (лат. *explicite* – явний, виражений) смисл (інформація) – явний, виражений смисл, який сприймається комунікантами виходячи із значення мовних одиниць.

Експліцитна інформація усвідомлюється адресатом як думка, заради вираження якої і було вжито це висловлювання.

Імпліцитний (лат. *implicito* – неявний) смисл (інформація) – неявний, прихований смисл, який виводиться адресатом із значень мовних одиниць під впливом конкретної ситуації чи контексту спілкування.

Смисл повідомлення конституюють референт, пресупозиції та імплікатури.

А) Референт – це об'єкт (чи об'єкти) позамовної дійсності, з яким у повідомленні співвідноситься конкретний мовний вираз, речення. Відповідно референція – це процес чи результат співвіднесеності слова (мови) і предмета (предметного світу), це «система зв'язків між актуалізованими у мовленні іменами або іменними групами (або еквівалентними структурами) та світом, тобто об'єктами реальності». З прагматичного погляду розрізняють, принаймні, три види референції: 1) інтродуктивна, коли йдеться про предмет відомий лише адресанту (є в мене одна ідея); 2) ідентифікативна, коли йдеться про предмет, відомий усім учасникам комунікації (але ж ця ідея нікого не зацікавить).

Ідентифікативна референція, якій у найрізноманітніших концепціях приділено значну увагу, охоплює три види відношень: вказівне, іменування, позначення; 3) невизначена (референція невизначеності), коли йдеться про невідомий предмет (кажуть, він має якусь ідею).

Один і той же тип прагматичної референції може бути виражений різними засобами: 1) вказівними (дейктичними) чи особовими займенниками; 2) власними назвами, які виконують номінативну функцію; 3) іменними (субстантивними) конструкціями, які виконують денотативну функцію; 4) актуалізаторами, що звужують сферу дії референції з цілого класу до конкретного предмета.

Б) Пресупозиція (лат. *praes* – попереду, перед і *suppositio* – припущення) – це припущення чи розрахунок на те, що частина пропонованої інформації очевидна і/чи добре відома адресатові. Пресупозиція протистоїть комунікативно релевантному змісту висловлювання і входить у семантику речення як „фонд спільних знань” співрозмовників, як попередня умова. Інколи пресупозицію визначають як наявність у комунікантів попередніх знань. З пресупозицією пов'язане споріднене явище – імплікатура.

В) Імплікатура (лат. *implicatio* – сплетення, переплетення) – це прагматичний компонент змісту висловлювання, який виводиться адресатом з контексту МА. Імплікатури, по суті, – це те, що „читається між рядками”. Відмінність імплікатури від пресупозиції полягає в тому, що імплікатура є менш стабільним семантичним компонентом висловлювання, ніж пресупозиція, оскільки більше залежить від контексту; по-друге, імплікатура, на відміну від пресупозиції, необов'язкова. З. Будь-який КА розпочинається з певною метою, а кожен із співрозмовників, вступаючи в КА, має певні наміри, чи інтенції. Тому у процесі комунікації референт не виступає, скажімо так, у чистому вигляді, бо його «супроводжують» інтенції комунікантів – уявлення, думки, надії, бажання співрозмовників, пов'язані з цим референтом. Успішність спілкування буде залежати від того, наскільки учасники комунікації зможуть зрозуміти чи хоча б усвідомити, скільки «доважку» з'єдналося із референтом і як це вплинуло на референта.

Інтенція – це комунікативний намір мовця. Під вибором і презентацією референта в прагматиці розуміють зацікавленість обох комунікантів у спілкуванні у зв'язку саме з даним референтом.

Інтенційний аспект аналізу КА – це вивчення його з погляду того, яким чином і в якому напрямі подано референт у ситуації мовленнєвої взаємодії. Виділяється 3 таких напрями: Позитивна мовленнєва інтенція

полягає у представленні референта з позитивного боку і реалізується у створенні: актів пропаганди, агітації, реклами; процедурах вербування, заохочення тощо. Фахівці з „паблік рілейшенз» називають це „білим PR-ом».

Негативна інтенція подає референта з негативного боку (на практиці це називається „чорним PR-ом») і реалізується у створенні актів осуду, критики, в процедурах відмови, догани тощо.

Нейтральна (або конструктивна) інтенція подає референт об'єктивно.

Конструктивна інтенція втілюється у актах констатації, демонстрації ознак, у процедурах обговорення, аналізу тощо.

Будь-яка мова має чимало засобів, які забезпечують подачу референта з відповідною інтенцією. До таких мовних засобів можна віднести стилістично марковану лексику, дейктичні (наприклад, опозиція наш – ваш), модальні (начебто – напевне) засоби, евфемізми, різні синтаксичні конструкції тощо.

Таким чином, референт у комунікативному акті не виступає, скажімо так, „у чистому вигляді», на нього накладають певні „доважки» – уявлення, думки, надії, бажання комунікантів, пов'язані з цим референтом.

Тема 2. Код у структурі комунікативного акту.

Оскільки комунікація людей (вербальна й невербальна) носить знаковий характер, то в процесі спілкування люди користуються різними знаковими системами (кодами).

Комунікативний код (франц. *cod* – умовні позначення) – це знакова система (чи системи), що використовуються у процесі передачі або одержання інформації.

В умовах реальної комунікації розуміння мови зовсім не забезпечується знанням і володінням мовою, а вимагає знань про те, в яких випадках те чи інше висловлювання буде означати різні комунікативні дії. Код і мова співвідносяться як родове й видове поняття, де код – родове, а мова – видове.

У мовній комунікації використовуються вербальні (власне мовні) і невербальні засоби.

Мова (як засіб кодування) – це система законів і правил, за допомогою яких відбувається кодування і декодування інформації; це упорядкована система знаків і правил користування ними. Мова (чи будь-яка інша знакова система) – це сукупність мовленнєвих актів, дій розглядається в якості засобу донесення референта від мовця до адресата.

До невербальних засобів передачі інформації належать: 1) мова тіла, 2) паралінгвальні засоби, 3) одяг і прикраси.

Мова тіла включає 5 складників: а) жести — це різного роду рухи тіла, рук або кистей рук, що супроводжують у процесі комунікації мовлення людини і виражають ставлення людини безпосередньо до співрозмовника. Жести можуть бути довільними і мимовільними, культурно зумовленими й фізіологічними. Серед них виділяють: 1) ілюстратори; 2) конвенціональні жести, які можуть бути прямо перекладені в слова, вони уживаються свідомо і є умовними рухами. Часто їх використовують замість слів, які ніяково висловити вголос; 3) модальні жести, які виражають емоційний стан людини, її оцінку навколишнього світу, ставлення до предметів і людей, сигналізують про зміну активності суб'єкта в ході комунікації; 4) жести, які використовуються в різних ритуалах. б) міміка являє собою всі зміни виразу обличчя людини, які можна спостерігати в процесі спілкування. Вона є найважливішим елементом невербальної комунікації. Окулістика – використання руху очей або контакт очей у процесі комунікації. За допомогою очей також можна

виразити багату гамму людських почуттів і емоцій. Наприклад, візуальний контакт може позначати початок розмови, у процесі бесіди він є знаком уваги, підтримки тощо. в) положення тіла – спосіб тримати себе (наше тіло); г) проксеміка – спосіб використання простору; д) тактильна комунікація: дотик, поплескування тощо. Використання тактильних елементів комунікації говорить про взаємні стосунки, статус, ступінь дружби між комунікантами.

Парамова подає додаткову інформацію до інтерпретації, іноді перевертаючи знаки на прямо протилежні.

Паралінгвальні елементи – на відміну від власне жестів – супроводжують мову, доповнюють емоційну сторону комунікації.

До паралінгвальних моментів можна віднести і мовні суперсегментні засоби: інтонацію, тональний рівень голосу, навіть гучність – що виражає, наприклад, гнів. Паралінгвальні засоби свідчать про емоційний стан співрозмовника на момент КА.

Одяг і зовнішній вигляд (зачіска, прикраси, косметика тощо) свідчить про соціальний статус, роль, роботу. Вони виконують спочатку знакову функцію, а в же потім – естетичну.

У ході мовної комунікації відбувається кодування і декодування інформації. Для полегшення цих процесів у будь-якій мові існують мовні стереотипи, призначення яких полягає не в розрізненні інформації, а в її впізнаванні.

Мовні стереотипи – це відтворювані, а значить такі, що впізнаються, мовні формули, що сигналізують про ту чи іншу інформацію чи ситуацію спілкування. Вони полегшують вираження й одержання інформації, тому що на їх основі здійснюється наступність у визначеній сфері мовної культури. До мовних стереотипів відносять: штампи (мовні образи, які втратили свою образність: дати зелену вулицю, проходити червоною ниткою тощо); кліше (канцеляризми – з метою подальшого удосконалення,

розглянути питання); загальні місця (регулярно відтворювані „філософські банальності типу в житті треба добре влаштуватись); тавтологічні дефініції (визначення через повторення – життя є життя); формули ввічливості (Дозвольте мені від щирого серця привітати Вас..., цілую ручки) та прагматичні кліше (ПК) – мовні формули, уживання яких можливе лише в певному КА; банальна цитатія (звернення до загальновідомих класичних і сучасних текстів – мова солов'їна і калинова; Еней був парубок моторний; to be or not to be; маємо те що маємо тощо); некритично використовувані модні слова, зокрема із мовлення „кумирів» – доленосний тощо; стереотипні запозичення (парадигма, менталітет, толерантний тощо).

З мовним кодом пов'язана проблема прямих і непрямих мовленнєвих актів, вперше проблеми яких вперше почав досліджувати американський вчений Дж. Сьорль.

Прямий МА – це акт, в якому ілокутивна мета адресанта безпосередньо виражається за допомогою спеціально призначених для цього мовних маркерів – ілокутивних показників.

Непрямий мовленнєвий акт (НМА) – це акт, в якому ілокуція адресанта виражена не буквальними засобами повідомлення, а повинна «вчитуватись» адресатом з оперттям на імлікатури. В НМА відбувається „підміна» одного акту іншим. Проблема НМА, як неї сформулював Дж. Серль, "полягає в з'ясуванні того, яким чином мовець може за допомогою якогось висловлювання виражати не тільки те, що воно безпосередньо означає, але і щось "інше". НМА має місце в тому випадку, "коли один ілокутивний акт здійснюється шляхом здійснення іншого".

Непрямі акти досліджуються не лише ТМК, але й, зокрема, в стилістикою, вона вивчає такі явища, як алюзія і натяк, іносказання, гра слів тощо. Ці мовні засоби розглядалися лише як стилістичні прийоми і

тільки після розвитку теорії мовленнєвих актів одержали нове висвітлення.

Тема 3. Комунікативна особистість і успішність мовної комунікації

Мовна особистість розуміється як «сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення і сприйняття нею мовних творів (текстів), які розрізняються: а) ступенем структурно-мовної складності, б) глибиною і точністю відображення дійсності, в) певною цільовою спрямованістю».

У теоретико-гносеологічній моделі мовної особистості виділяють три рівні: 1) вербально-семантичний, 2) лінгвокогнітивний і 3) мотиваційний. Ця трирівнева модель дозволяє розглядати різноманітні якісні ознаки мовної особистості в межах трьох істотних характеристик – власне мовної, когнітивної (пізнавальної) і прагматичної. Власне мовна характеристика складається з лексикону індивідуума – всього запасу слів і словосполучень, якими він користується в природній вербальній комунікації. Когнітивна характеристика пов'язана з інтелектуальною сферою особистості, пізнавальною діяльністю людини, яка передбачає розумові процеси. Це відображається у використанні улюблених мовних формул й індивідуальних мовних зворотів, за якими ми часто «впізнаємо» людей.

Прагматична характеристика визначається цілями й завданнями комунікації – наміром адресанта, його інтересами, мотивами й конкретними комунікативними установками.

З трьох рівнів мовної особистості лише останній характеризує індивіда саме в плані його комунікативних здібностей.

Ще важливішим для дослідження комунікації є дослідження комунікативної функції мовної особистості, що актуалізується в

різносторонній комунікативній діяльності людини, яка, за даними учених, складає близько 80% всього її існування, а саме: аудіювання – 45%, говоріння – 30%, читання – 16%, письмо 9%.

Як видове поняття комунікативна особистість значно ширше за поняття «мовна особистість», оскільки припускає характеристики, пов'язані з вибором не лише вербального, але й невербального коду комунікації з використанням штучних і змішаних комунікативних кодів. Комунікативна особистість розуміється як один з виявів особистості, зумовлений сукупністю її індивідуальних властивостей і характеристик, які визначаються ступенем її комунікативних потреб, когнітивним діапазоном, що сформувався в процесі пізнавального досвіду, і власне комунікативною компетенцією – умінням вибору комунікативного коду, що забезпечує адекватне сприйняття і цілеспрямовану передачу інформації в конкретній ситуації.

Параметри комунікативної особистості. Визначальними для комунікативної особистості є характеристики, які складають три основні параметри – мотиваційний, когнітивний і функціональний.

Мотиваційний параметр, який визначається комунікативними потребами, посідає центральне місце в структурі комунікативної особистості. Саме потреба повідомити щось або одержати необхідну інформацію служить могутнім стимулом для комунікативної діяльності і є обов'язковою характеристикою індивіда як комунікативної особистості. Якщо такої потреби немає, то комунікація не відбудеться.

Ступінь мотивованості визначається силою потреби: чим настійніша потреба, тим стійкіша комунікативна установка і тим послідовніше її вираження у висловлюваннях і дискурсах. В актуалізації комунікативної установки спостерігається використання або одних і тих самих комунікативних засобів (ефект посилення при повторюваності), або різних

засобів (ефект посилення при прихованій повторюваності за рахунок варіювання комунікативних засобів).

Когнітивний параметр включає характеристики, що формують в процесі пізнавального досвіду індивіда його внутрішній світ в інтелектуальному й емоційному планах. Найістотнішими для когнітивного параметра комунікативної особистості є наступні характеристики: здатність адекватного сприйняття інформації, здатність до впливу на партнера, оцінка і самооцінка когнітивного діапазону і знання соціально зумовлених норм вербальної і невербальної комунікації.

Когнітивний параметр є перехідною ланкою між мотиваційним і функціональним параметрами. Функціональний параметр включає три характеристики, які, по суті, і визначають таку властивість особистості як комунікативна компетенція: а) практичне володіння індивідуальним запасом вербальних і невербальних засобів для актуалізації інформаційної, експресивної і прагматичної функцій комунікації; б) уміння варіювати комунікативні засоби в процесі комунікації у зв'язку із зміною ситуативних умов спілкування; в) побудова висловлювань і дискурсів відповідно до норм обраного комунікативного коду і правил мовленнєвого етикету.

Учасниками комунікації завжди є люди з притаманними їм соціальними, психологічними, когнітивними, світоглядними особливостями, які упродовж спілкування посідають різні комунікативні ролі й позиції.

Соціальна роль – це спосіб поведінки людини, зумовлений її соціальним статусом, правилами (нормами), прийнятими в суспільстві. Соціальна роль вказує на поведінку, визначену людині її соціальним (віковим, гендерним, посадовим тощо) положенням, або статусом. Соціальні ролі бувають статусні, позиційні й ситуативні.

Статусні ролі – це ролі, які людина одержує з народженням, вони найбільш постійні (константні); це статеві ролі, расові, етнічні, національні, роль громадянина певної держави чи такі, через які людина неминуче проходить упродовж життя; статусні ролі зазвичай рідко змінюються. Позиційні ролі – це ролі в комунікації, які визначаються безпосередньо місцем людини у суспільстві. Одночасно людина, як правило, виконує декілька позиційних ролей.

Ситуативні ролі – більш-менш фіксовані стандарти поведінки, не прив'язані безпосередньо до інших ролей. Ситуативними ролями індивід оволодіває на порівняно ранніх етапах соціалізації, вони програються на рівні несвідомого контролю чи на рівні несвідомого. Соціальні ролі виявляються в діях людини (переважно вербальних) і визначаються професією, видом діяльності, гендером, віком, реальними стосунками людей у суспільстві.

Комунікативні ролі – це відносно сталі, внутрішньо зв'язані й очікувані іншими системи комунікативних вчинків індивіда, значною мірою визначені його соціальним статусом, віковими, гендерними та іншими чинниками. Вони значно вужчі від соціальних, а тому їх репертуар значно ширший. Комунікативні ролі виявляються лише у ході комунікації й істотно впливають на характер комунікативного акту. На сьогодні мовознавча наука лише працює над описом і типологією комунікативних ролей.

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

Стандартна комунікативна роль – це комунікативна поведінка людини, прийнята в суспільстві для відповідної соціальної ролі й ситуації.

Ініціативна комунікативна роль – це той образ, який людина свідомо створює у спілкуванні для досягнення певної мети; те, що вона вирішила вдавати в конкретній ситуації спілкування, переслідуючи певну предметну

мету. Комунікативні ролі можуть бути зрозумілими відразу, з перших реплік учасників спілкування, а можуть виявлятися поступово, у процесі розгортання інтеракції.

Мовленнєву поведінку особистості пов'язують також з її комунікативними позиціями, які вона обирає у різних ситуаціях спілкування, – Дитина, Батько і Дорослий (за Е. Берном).

Комунікативна позиція – це комунікативна роль, яку підсвідомо виконує кожен з комунікантів відповідно до своїх індивідуально-психологічних особливостей.

Комунікативна позиція Батька передбачає, що адресант готовий і може нести комунікативну відповідальність як за себе, так і за адресата. Через це адресант-Батько може демонструвати впевненість у собі, відчуття власної переваги над іншими, нав'язування свого заступництва, привласнення права карати й милувати, інколи – безапеляційність.

Комунікативна позиція Дорослого передбачає, що адресант готовий і може нести відповідальність за лише за власну комунікативну поведінку, припускаючи, що його адресат здатний на аналогічні дії.

Комунікативна позиція Дитини припускає, що адресант не готовий і не може нести відповідальність за свою комунікативну поведінку.

Успішною комунікація може бути лише за умов, якщо у співрозмовників збігаються позиції Дорослий – Дорослий або Батько – Дитина.

Рольові функції партнерів у комунікації можуть бути систематизовані таким чином: 1) кожен індивід може виконувати декілька ролей (статусні, позиційні, ситуативні ролі; комунікативні позиції Батька, Дитини чи Дорослого); 2) кожна роль може виконуватися декількома індивідами по-різному.

Залежно від характеру різних ролей комунікантів усі рольові відносини поділяються на симетричні й асиметричні. У першому випадку

всі учасники мовленнєвого спілкування мають однакові ознаки, в іншому – комуніканти відрізняються хоча б за однією ознакою.

Слід зазначити, що повністю симетричні рольові відносини трапляються надзвичайно рідко. Більш того, в конкретній ситуації спілкування актуалізується здебільшого одна з ознак ролі.

Будь-який КА – це взаємодія як мінімум двох осіб за допомогою засобів мовного коду. Один з учасників комунікативного акту постає як адресант, інший – як адресат.

Роль адресанта полягає в тому, що він розпочинає (ініціює) КА. Вважається, що саме ініціатор тримає у своїх руках схему взаємодії, і саме від нього багато залежить, наскільки успішно в ході КА буде реалізовано цю схему. Проте успішність дій мовця залежить від низки чинників, до яких відносять попередні умови, обирання правильних стратегій і тактик, власної комунікативної ролі й позиції, правильного визначення соціальних і комунікативних ролей і позицій адресата. Адресант також визначає час і місце КА, його референційне поле.

Не менш важлива і роль адресата, хоча його здебільшого сприймають як пасивного учасника. Його роль полягає в реакції, тобто відповіді – вербальній чи невербальній, причому ці реакції формують КА упродовж усього часу розгортання комунікації. Адресат уможливорює своєю участю КА. Через це роль адресата також є активною.

Таким чином, адресант і адресат – активні учасники комунікації, при цьому адресант з'являється в КА з моменту ініціації, а адресат автоматично стає учасником спілкування, оскільки саме він уможливорює комунікацію. 4. Відповідно до своїх цілей адресант і адресат у ході КА застосовують комунікативні стратегії й комунікативні тактики.

Комунікативна стратегія – це сукупність запланованих мовцем і реалізованих в ході комунікативного акту теоретичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети.

Вибір комунікативної стратегії відповідно до комунікативної мети залежить від рівня комунікативної компетенції мовця. Комунікативна компетенція – це система знань про правила мовної комунікації, що складається із знань моделей комунікативної поведінки, знання мовленнєвого етикету, шаблонів спілкування (знань про національно-ментальні та ритуальні особливості спілкування, його соціальну зумовленість, стилістичні, ситуативно- тематичні особливості).

Таким чином мовець, використовуючи комунікативну компетенцію, ставить перед собою власну мету і, слідуючи певній інтенції, формулює власну стратегію.

У кожній реальній ситуації спілкування комунікативна стратегія втілюється в комунікативній тактиці.

Комунікативна тактика – це сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії, тобто комунікативна тактика, на відміну від комунікативної стратегії, співвідноситься не з комунікативними завданнями, а з мовленнєвими ходами.

Комунікативний (мовленнєвий) хід – це тактичний хід, який є практичним засобом досягнення комунікативної мети; іншими словами, це елемент комунікативної тактики, сукупність комунікативних ходів складає комунікативну тактику. Т. ван Дейк визначає мовленнєвий хід як функціональну одиницю послідовності дій, яка сприяє вирішенню локального чи глобального завдання під контролем стратегії.

Комунікативні ходи узгоджуються з попередніми й наступними, вибудовуючи тактику. На основі застосування комунікативних тактик мовець збагачує свій комунікативний досвід – сукупність уявлень про успішні й неуспішні комунікативні тактики, що призводять чи не призводять до реалізації відповідних комунікативних тактик.

Отже, мовець виробляє комунікативну стратегію, яка перетворюється (чи не перетворюється) в комунікативну тактику як

сукупність комунікативних ходів, поповнюючи його комунікативний досвід.

Залежно від обраних критеріїв існують різні типології комунікативних стратегій. Відповідно до ступеня «глобальної» мети виділяють загальні й часткові стратегії. Наприклад, загальна стратегія дискредитації реалізується в часткових – звинувачення, образи, насмішки.

З функціонального кута зору виділяють основні й допоміжні стратегії.

Основна стратегія – це найбільш значуща в комунікативній взаємодії з погляду мотивів і цілей.

Допоміжна стратегія – це стратегія, яка сприяє ефективній організації мовленнєвої взаємодії, наприклад, це стратегії, статусні й рольові, спрямовані на створення емоційного настрою тощо.

Серед комунікативних стратегій виділяють маніпулятивні.

Маніпулювання – це вплив на людину з метою спонукати її до дій несвідомо або всупереч її власній думці, наміру. Маніпулювання носить імпліцитний характер, оскільки об'єкт маніпулювання може не усвідомлювати впливу, тоді як примус завжди есплікується.

Сучасна людина повинна володіти різноманітними стратегіями, оскільки в різних комунікативних ситуаціях, аудиторіях, при спілкуванні з різними типами співрозмовників виникає необхідність як в мовній дії, так і в маніпуляції (пор. наприклад, необхідність маніпуляції відносно дітей, емоційно збуджених людей, п'яних, істериків, конфліктних осіб тощо). Таким чином, маніпулятивна стратегія як тип стратегії не є лайливим словом або морально засуджуваним способом впливу на людей.

Комунікативна невдача – негативний результат комунікації, таке завершення спілкування, коли мети не досягнуто. Невдачі з'являються з різних причин: коли неправильно побудовано мовленнєвий вплив, тобто

обрано не ті способи впливу, не враховано особливостей адресата, не дотримано правил безконфліктного спілкування тощо.

Розглянемо детальніше причини комунікативних невдач. Український учений Ф. Бацевич пропонує таку типологію:

1. Комунікативні невдачі, спричинені адресантом: причина невдач – помилки адресанта в виборі стратегій, застосуванні тактик чи окремих комунікативних ходів.

Адресант може порушити попередні умови комунікації чи розпочати недоречні, несвоєчасні, незбалансовані чи дезорієнтовані КА. Помилка в розпочинанні недоречного КА – одна з найтяжчих, її Є. Ключев називає комунікативним самогубством, тобто грубою помилкою, яка відразу робить спілкування явно неефективним.

2. Комунікативні невдачі, спричинені адресатом. Це можуть бути помилки в очікуваних чи неочікуваних адресатом КА, коли він не бажає чи не готовий вступати в комунікацію, підмінює пресупозиції адресанта, читає неіснуючі імплікатури чи неправильно визначає ілокутивні сили. Помилки можуть полягати в різниці сприйняття світу (наприклад, адресант оптиміст, а адресат – песиміст) чи в різниці ідеолексиконів (досить важко спілкуватися вихованій людині з нахабою).

3. Третя група комунікативних помилок може зумовлюватися контактом, а саме: невмотивованою різкою зміною комунікативних стратегій, недотриманням постулатів кооперативного, ввічливого спілкування, створенням недоречних атмосфери, регістру й тональності спілкування (як відомо, фамільярне спілкування, панібратство не схвалюються).

До цієї групи помилок відносять помилки, спричинені некоректним поводженням з пресупозицією чи порушенням законів референції. Брехня, зумовлена перекручуванням, видозміною, тобто деформацією інформації в каналах комунікації, також обов'язково призводить до комунікативних помилок.

4. Комунікативні помилки, пов'язані з мовним кодом, – це найбільша, найчастотніша і найчисленніша група помилок. Вони виникають через недостатній рівень комунікативної компетенції, а саме недостатнє володіння мовою (мовні, мовленнєві помилки).

Таким чином, типовими помилками в комунікації є помилки, спричинені впливом практично всіх складових КА: психологічних, духовних, когнітивних та інших ознак адресанта й адресата, контекстом і ситуацією спілкування, особливостями каналів комунікації, організацією і якістю зворотного зв'язку, засобами мовного коду. З метою досягнення предметної й комунікативної мети учасники комунікації повинні постійно дотримуватися всіх принципів, правил і конвенцій у спілкуванні.

Тема 4. Категорія контакту

Комунікативний контакт – це безпосередня мовленнєва взаємодія комунікантів, яка здійснюється через комунікативний канал (чи канали). Комунікативний контакт здійснюється, якщо дії обох співрозмовників свідомі й навмисні і вони володіють спільним кодом (спільними кодами). Це означає, що партнери по КА мусять усвідомлювати кожен свою мовленнєву дію і що кожна з цих дій служить певній, відомій мовцю меті.

Комунікативний контакт ґрунтується на комунікативному кодексі – системі принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації і виявляються в певних категоріях і критеріях.

Окрім комунікативного кодексу, на контакт впливають комунікативна мета й комунікативний намір, про що вже йшлося. Комунікативна мета й комунікативний намір експлікуються в комунікативних ходах – комунікативних прийомах, що сприяють тривалості комунікації, досягненню комунікативної мети.

Успішність комунікативного контакту (й комунікації загалом) буде залежати від відповідності комунікативних ходів і тактик комунікативній меті й комунікативним намірам.

Невідповідність призводить до комунікативних невдач і може бути наслідком недостатньої комунікативної компетенції мовця, що, в свою чергу, може виявитися наслідком не надто значного комунікативного досвіду.

У роботах представників англо-американської лінгвістичної школи (Г. П. Грайса, Г. Лакоффа, Е. Ліча, Дж. Ліча, П. Баун, С. Левінсона та інших) одержали розвиток ідеї визначення комунікативних конвенцій і правил мовленнєвого спілкування. У працях цих дослідників було введено і розроблено основні поняття комунікативного кодексу, найвідомішими і загальноприйнятими з яких є принцип кооперації Г.П. Грайса й принцип увічливості Дж. Ліча. Усі сучасні прагмалінгвістичні дослідження мовленнєвих і – ширше – комунікативних актів ґрунтуються на їх детальному описі. 2. Принцип кооперації було викладено американським вченим Гербертом Полом Грайсом у роботі «Логіка і мовленнєве спілкування» (1975). Принцип кооперації звучить таким чином: «Твій комунікативний вклад на даному кроці діалогу повинен бути таким, яким його вимагає спільно прийнята мета (напря́м) цього діалогу», тобто принцип кооперації припускає наявність у кожного співрозмовника двох тісно пов'язаних установок: прагнення до досягнення обопільного успіху комунікації і прагнення до досягнення свого особистого, егоїстичного успіху. Обидві ці установки, будучи протилежними полюсами, створюють силові лінії, уздовж яких спрямована комунікація. Умовою успішності мовної комунікації є налаштованість співрозмовників на кооперацію, хоча поряд з комунікативною поведінкою існує і конфліктна комунікативна поведінка.

Далі Г. П. Грайс формулює конкретніші максими, дотримання яких сприяє створенню кооперативних стосунків у спілкуванні: 1) максима повноти інформації (кількості): «Твоє висловлювання не повинно містити нічого зайвого, але має бути змістовним»; 2) максима істинності (якості): «Говори правду, не говори без достатніх для того підстав!»; 3) максима релевантності: «Будь релевантним, тобто говори тільки те, що стосується справи!»; 4) максима ясності виразу (манери): «Говори стисло та зрозуміло, уникай неясних та незрозумілих висловлювань!». 1. Максима інформативності (кількості) включає в себе 2 постулати: 1) „твоє висловлювання мусить містити не менше інформації, ніж це потрібно»; 2) „твоє висловлювання повинно містити не більше інформації, ніж це потрібно». Порушення першого постулату призводить до неповного розуміння повідомлення. У зв'язку з тим, що мовець не ввів слухача в курс справи, перший не досягає бажаного комунікативного ефекту – впливу на співрозмовника. Зайва інформація, у свою чергу, може ввести співрозмовника в оману, збити з пантелику через те, що через зайву інформацію він може висунути припущення про існування якоїсь особливої, прихованої мети, особливого смислу. 2. З першою максимом пов'язана максима релевантності: „Не відхиляйся від теми!».

В іншому випадку розмова стає розпливчастою, а адресант і адресат на кінець розмови забувають, які у них були наміри на початку розмови. 3. Загальний постулат якості (істинності) звучить так: „Намагайся, щоб твоє висловлювання було істинним!». Воно включає в себе два конкретніші постулати: „Не говори того, що вважаєш хибним» і „Не кажи того, для чого у тебе немає достатніх підстав».

Даючи свідомо хибну інформацію, мовець неминуче змінює хід розмови, думки і знання співрозмовника. У ТМК питання істинності й лжі розглядається з різних аспектів.

Українська дослідниця Н. Баландіна вивела формулу комунікативної правди (адекватності): це сума істинності й щирості, а російський вчений Є. Ключев пропонує такі механізми визначення лжі: 1) дійсна комунікативна мета того, хто вдається до лжі, як правило, обернено пропорційна оголошеній ним комунікативній меті. Тобто чим наполегливіше, чіткіше і частіше оголошується мета, тим більше підстав читати її навпаки (модель Я бажаю вам лише добра); 2) адекватніші уявлення про дійсну комунікативну мету дають презентовані мовцем комунікативні наміри (кроки, прийоми, до яких він вдається в ході КА) – по них легше скласти власне уявлення про справжні комунікативні стратегії мовця. Це легко зробити, оскільки комунікативні наміри експлікуються, тобто вони явно виражаються, їх не приховати (модель Заговори, щоб я тебе побачив);

3) адекватні уявлення про дійсну комунікативну мету можна одержати, спостерігаючи за комунікативною тактикою мовця. Комунікативні тактики, які ведуть до дійсної, істинної комунікативної мети, зазвичай дуже гнучкі, адже мовець прагне порозуміння. Комунікативні тактики, які ведуть до неістинної комунікативної мети, як правило, жорсткі, ригідні. У цьому випадку мовець наполегливо реалізує за будь-яку ціну власну комунікативну мету, і будь-які пропозиції „поглянути на речі з іншого боку відхиляються.

Наступні два критерії стосуються не істинності, а щирості. Отже,

4) нещирий КА – це КА, в якому коментарів більше, ніж фактів, оскільки нещирість вимагає добре підготовленого антуражу, багатого інтер'єру, вдало скомпонованого фону; 5) нещирий співрозмовник дуже часто вдається до самохарактеристик, мовби попереджуючи можливі характеристики партнера.

Зазначені ознаки не можна розглядати як правила, це скоріше орієнтири, бо люди дуже різноманітно, винахідливо й витончено вдаються до брехні,

і від партнера вимагається неабияка майстерність і досвідченість, щоб у ході КА визначити брехню. Після завершення КА це зробити легше, оскільки КА із брехнею не досягає результату чи його результатами адресатові скористатися неможливо. 4. Максима способу: „Висловлюйся ясно», „Будь небагатослівним!», „Уникай незрозумілих висловів!», „Уникай двозначності!», „Будь організованим!». На адресата впливає не лише зміст інформації, але й спосіб її подачі. Якщо мовець буде вдаватися до незрозумілих слухачеві слів, якщо під одним і тим же терміном будуть мати на увазі різний референт, то співрозмовники не порозуміються. Постулат „Будь організованим!» передбачає, що висловлювання повинно бути точно сформульоване. Інколи цей постулат порушується неухважними співрозмовниками, що призводить до втрати часу, до плутанини в судженнях.

Гіпотеза про принципи мовленнєвого спілкування, висунутого Гербертом Полом Грайсом, стимулювала низку досліджень, спрямованих як на перевірку істинності її теоретичних положень (тобто верифікацію), так і на подальше вивчення принципів комунікативного впливу. Одна із спроб розширення запропонованого Г.П. Грайсом апарату була зроблена Джеффри Лічем, який вказав на можливість доповнення принципу комунікативного співробітництва принципом увічливості.

Принцип увічливості, за Лічем, забезпечує соціальну рівновагу і є необхідною передумовою для комунікативного співробітництва. Ввічливість являє собою стратегію усунення конфліктів і може вимірюватися в термінах зусиль, необхідних для попередження конфліктних ситуацій.

Виділяючи принцип ввічливості, Джеффри Ліч сформулював такі максими: максимуму такту: „Дотримуйся інтересів іншого, не втручайся в його особисте життя!» максимуму великодушності: „Не утрудняй інших!» максимуму схвалення: „Не критикуй інших!» максимуму скромності: „Відхилай

від себе похвалу!|| максимуму згоди: ||Уникай заперечень!|| максимуму симпатії:
„Висловлюй доброзичливість!||.

Максима тактовності – це максима меж особистої сфери. Вона полягає в обережному поводженні з комунікативною стратегією співрозмовника. Співрозмовники, які беруть участь у КА, мають, за словами Є. Ключова, певний «тил», тобто особисті інтереси.

Вони можуть або представити ці інтереси, або приховувати – залежно від обраної ними комунікативної стратегії. Тоді завдання співрозмовника полягатиме у визначенні цієї стратегії і побудові аналогічним чином (відкрито чи закрито, експліцитно чи імпліцитно) власної стратегії. Увічливий співрозмовник зобов'язаний виявити певну обережність у поводженні з комунікативною стратегією іншого, його особистими інтересами. В ідеалі будь-який КА передбачає певну дистанцію між учасниками, зумовлену врахуванням інтересів кожного. Обережність (тактовність) як механізм мовленнєвої поведінки передбачає як „розумний егоїзм| адресанта, так і врахування інтересів адресата.

Максима великодушності – це максима необтяження співрозмовника. Фактично вона охороняє співрозмовників від домінування упродовж спілкування. КА, хто б його не ініціював і хто б не був відповідальним за нього, належить обом учасникам і будується на демократичних засадах. Відповідно до принципу увічливості і максими великодушності, зокрема, високо цінується таке вміння вести розмову, щоб, з одного боку, уникнути дискомфорту, а з іншого – не доводити відчуття комфорту до абсурду.

Максима схвалення – це максима позитивності в оцінці інших. Принцип увічливості взагалі забороняє співрозмовникам „переходити на особистості||, зокрема прямо негативно характеризувати особливості мовленнєвої поведінки партнера. Ця максима передбачає, що позитивність

як принцип оцінки повинен на насамперед лежати в основі світовідчуття мовця.

Звісно, це не означає, що співрозмовники повинні висловлювати один одному компліменти і не дозволяти собі ніякої критики.

Успішність КА багато в чому залежить від атмосфери, в якій він розгортається.

Атмосфера визначається не лише позиціями співрозмовниками стосовно один одного, але й позицією кожного з них стосовно світу, а також тим, чи збігаються ці позиції.

Різні оцінки світу (позитивна чи негативна) впливають на можливість реалізації власної комунікативної стратегії. Відбувається це перш за все тому, що надто багато часу іде на різного роду з'ясування стосунків із співрозмовником – заперечення, аргументи й контраргументи, упорядкування поглядів тощо. При однаковому напрямі оцінки світу не варто гаяти час на різного роду з'ясування стосунків, іде інтенсивний обмін власними думками, те, що називається конструктивним діалогом. Неможливо зіграти ситуацію порозуміння, навіть якщо співрозмовники добре виховані і відверто не демонструють негативне ставлення чи неприйняття кутів зору один одного. Отже, максима схвалення створює сприятливі умови для комунікативного процесу, необтяжливий мовленнєвий фон.

Максима скромності є максима неприйняття похвали на власну адресу. Незважаючи на конкретне формулювання, ця максима стосується значно ширшого кола проблем, ніж може здатися: вона стосується сфери самооцінки комунікантів. Недотримання максими скромності призводить до конфлікту самооцінок учасників мовленнєвої комунікації (відомо, що важко порозумітися з людиною, в якій завищена чи занижена самооцінка).

Максима згоди. Максима згоди є максима неопозиційності. Фактично ця максима повністю заперечує стереотипне твердження, що у

суперечці народжується істина. Є. Ключев продовжує його таким чином: „Але гине симпатія». Будь-яка конфліктна ситуація у ході КА робить його безнадійним. Максима згоди не дозволяє накопичувати конфронтацію, а пропонує „зняти конфлікт» шляхом взаємної корекції комунікативних тактик співрозмовників. Замість того, щоб поглиблювати суперечності, варто працювати над суперечністю – шляхом взаємних поступок – до того часу, поки вони не зникнуть. За умови готовності співрозмовників дотримуватися принципу кооперації і хоча б деяких максимумів ввічливості партнери з мовленнєвої взаємодії можуть досягти деякої розумної згоди практично в будь-якій мовленнєвій ситуації. Іншими словами, завжди можна домовитися, а це найголовніше.

Максима симпатії. Максима симпатії – це максима доброзичливості. Вона створює сприятливий фон для перспективної предметної розмови. Американський принцип „Keep smile!» досить добре ілюструє цю максиму. Доброзичливість часто стає умовою роботи інших максимумів ввічливості. Наприклад, максими такту неможливо дотримуватися без максимумів симпатії.

Ця максима, як і максима згоди, охороняє мовленнєві ситуації, в яких жевріє конфлікт. Саме дотримуючись максимумів симпатії, співрозмовники можуть переносити увагу із самого конфлікту на його причину і тим самим його розв'язувати. Часто цього досить, щоб уникнути конфліктної ситуації.

4. За Дж. Лічем, увічливість за своєю природою асиметрична, тобто не передбачає дзеркально точного відтворення одних і тих самих мовленнєвих дій стосовно мовця й адресата: те, що може бути ввічливим стосовно адресанта, може бути неввічливим стосовно адресата. Будь-яка максима відносна і дуже часто не узгоджується з іншими; максими ввічливості дуже часто вступають у конфлікт. Особливість ввічливості полягає в тому, що не лише її порушення, але й надмірне дотримання

викликає дискомфорт. Багато етичних ситуацій виявляються часто складними саме через конфлікти максим. Тому справжній стратег буде обирати таку поведінку, в якій конфлікти максим (а вони обов'язково виникнуть) будуть найменш помітними і не перешкоджатимуть успішності КА.

Тема 5. Дискурс у сучасній лінгвістиці. Поняття дискурсу

Стан мовознавчої науки за останнє сторіччя характеризується бурхливим розвитком і зміною аспектів, що потрапляють в центр лінгвістичних досліджень.

Починаючи з середини ХІХ століття мовознавці намагалися виявити закони мови за зразком природничо-наукових і логіко-математичних дисциплін. На вивчення мовного спілкування зробили вплив такі напрями в науці, як психологія, філософія, логіка, культурологія, етнографія, естетика, семіотика, герменевтика та інші. Однак дослідження окремих ознак і зведення їх в класи, системи не вказувало на те, як використовувати цю систему знань у практиці спілкування індивідуумів.

Відсутність правил використання накопичених знань про мову призвело до виникнення функціональних дисциплін, орієнтованих на людський фактор.

Включення в наукову парадигму виробників мовних одиниць, різних параметрів мовних ситуацій сприяло розвитку теорії комунікації та мовної взаємодії, що зумовило виникнення нових напрямків у лінгвістиці (теорії мовних актів, теорії тексту, теорії висловлювання, теорії дискурсу), нових об'єктів дослідження, нової мовної одиниці – дискурсу.

Кінець ХХ – початок ХХІ століття в лінгвістиці відзначені проголошенням у якості основного положення про те, що вивчення мови може вважатися адекватним лише при описі його функціонування в

процесі комунікації. Як зазначають науковці: «якщо колишня (статична за своєю сутністю) лінгвістика в пізнанні мови йшла від таких мовних об'єктів, як текст, пропозиція, слово чи його граматична форма, то діяльнісна лінгвістика (в особі, насамперед прагматики в самому широкому розумінні цього слова) відштовхується від людини, її потреб, мотивів, цілей, намірів і очікувань, від її практичних і комунікативних дій, від комунікативних ситуацій, в яких вона бере участь або як ініціатор і лідер, або як виконавець «другої ролі». Один з найважливіших елементів людської діяльності і одночасно один з найцінніших її продуктів – мова – стала об'єктом багатьох дисциплін. Однією з них є аналіз дискурсу.

Становлення когнітивно-дискурсивної парадигми в сучасній науці зробило дискурс об'єктом уваги не лише лінгвістів, а й філософів, психологів, літературознавців, етнографів, фахівців зі штучного інтелекту тощо. Поняття «дискурс» належить до найуживаніших понять сьогодення, однак навіть серед лінгвістів не існує єдиної думки щодо його трактування, оскільки оперуючи цим поняттям, дослідники часто виходять з полярних позицій.

Хоча поняття «дискурс» існує вже понад дві тисячі років у значенні «діалог», «міркування», як лінгвістичний термін воно почало широко використовуватись лише в 50-і рр. ХХ ст. після публікації статті американського лінгвіста З. Харріса «Аналіз дискурсу», який назвав так метод аналізу зв'язного мовлення, призначений для виведення дескриптивної лінгвістики за межі одного речення в даний момент часу і для співвіднесення мови та культури.

Лінгвістичний енциклопедичний словник трактує дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, розглянутий в контексті подій; мовлення, розглянуте як цілеспрямований,

соціальний акт, як компонент, що приймає участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості (когнітивних процесах)».

М. Стаббс виділяє три основні характеристики дискурсу: 1) у формальному відношенні – це одиниця мови, що перевищує за обсягом речення; 2) в плані змісту дискурс пов'язаний з використанням мови в соціальному контексті; 3) за своєю організацією дискурс є інтерактивним, тобто діалогічним.

П. Серіо виділяє 8 значень терміну «дискурс»: 1) еквівалент поняття «мовлення»; 2) одиниця, що за розмірами перевищує фразу; 3) вплив висловлювання на його одержувача з врахуванням ситуації висловлювання; 4) бесіда, як основний тип висловлювання; 5) мовлення з позиції мовця на противагу оповіданню, яке таку позицію не враховує; 6) вживання мовних одиниць, їх мовленнєву актуалізацію; 7) соціально чи ідеологічно обмежений тип висловлювань (напр. політичний дискурс); 8) теоретичний конструкт, призначений для вивчення умов продукування тексту.

В. Є. Чернявська, узагальнивши трактування дискурсу в вітчизняному та зарубіжному мовознавстві, зводить його до двох основних типів: 1) конкретна комунікативна подія, зафіксована в письмових текстах та усному мовленні, що здійснюється в конкретному когнітивно та типологічно обумовленому комунікативному просторі; 2) сукупність тематично співвіднесених текстів.

Заслуговує на увагу виділення двох типів досліджень присвячених дискурсу: когнітивно-дискурсивних та комунікативно-дискурсивних. Таке протиставлення підходів зводиться до розмежування між семантикою та прагматикою знака. Семантика дискурсу в цьому контексті трактується як сукупність інтенцій та пропозиційних установок у спілкуванні, а прагматика – як способи вираження відповідних інтенцій та установок.

Надзвичайно важливим для розуміння терміну «дискурс» є розмежування понять «дискурс», «текст» і «мовлення», що також є предметом дискусій лінгвістів. Хоча між текстом і дискурсом багато спільного, ототожнювати їх все ж не слід.

На початку 70-х рр. ХХст. була зроблена спроба диференціювати поняття «текст» і «дискурс» за допомогою включення категорії ситуації. Дискурс трактувався як «текст плюс ситуація», а текст відповідно – як «дискурс мінус ситуація».

Деякі сучасні вчені, зокрема Г. Почепцов, Р.Ходж, Г. Кресс, вважають, що текст і дискурс можна розглядати за аналогією з реченням і висловлюванням.

Речення розуміється як звичайний елемент структури, тоді як висловлювання поєднує в собі речення та соціальний контекст його використання. Текст і дискурс дублюють ці відносини на вищому рівні. І. Шевченко та О. Морозова дотримуються думки, що визначення висловлювання як речення в соціальному контексті стирає різницю між висловлюванням і дискурсом, при цьому надмірно розширюючи його межі.

На сучасному етапі лінгвістичних досліджень серед відмінностей тексту та дискурсу вчені підкреслюють також динаміку останнього та статику першого.

Ще одним підходом до розмежування тексту і дискурсу є розуміння тексту як абстрактного теоретичного конструкту, що реалізується в дискурсі.

Окрім того, розуміння дискурсу як мовлення зануреного в життя, на відміну від тексту зазвичай не відноситься до стародавніх текстів, зв'язок яких з життям не встановлюється безпосередньо.

Що стосується зведення дискурсу до мовлення, І. Шевченко та О.

Морозова під мовленням розуміють мовленнєву діяльність, а під дискурсом – мовлення у контексті соціальної та мисленнєвої діяльності і визначають дискурс як інтегральний феномен, як мисленнєво-комунікативну діяльність, яка протікає в широкому соціокультурному контексті, є сукупністю процесу та результату, характеризується континуальністю та діалогічністю.

Ф. С. Бацевич визначає дискурс як тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя»; залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів.

К. Серажим розуміє дискурс як складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично- ситуативними, психологічними та іншими (конститууючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має «видиму» — лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та «невидиму» — екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який «будується» впродовж розгортання дискурсу його репродуцентом (автором) та інтерпретується його реципієнтом (слухачем, читачем тощо).

Дискурс — це, образно кажучи, життя тексту в нашій свідомості, це накладання інформації, яку ми отримуємо з цього тексту, і нашого знання

про обставини, спонуки його породження на ментально-чуттєве інформаційне поле нашого індивідуального «Я».

Незважаючи на різноманітність підходів вчених до дефініції поняття «дискурс», з наведених визначень можна зробити висновок, що вони не взаємовиключають, а скоріше доповнюють одне одного, розглядаючи поняття з різних ракурсів.

Когнітивний підхід до вивчення дискурсу перемишується із етно- та лінгвокультурологічним підходами, які, у свою чергу, спрямовані на виявлення в дискурсі етноспецифічних та культурних особливостей конкретного національного мовлення, виявів особливої національної ментальності, світобачення та "картини світу". Лінгвокультурологічний підхід до вивчення дискурсу дозволяє виявити, дослідити та описати ті складові, які й обумовлюють його національну специфіку. Через це до найактуальніших проблем етно- та лінгвокультурології вчені відносять такі, як: виявлення універсальних та національно-специфічних рис дискурсу; дослідження його національної складової, класифікацію факторів, що обумовлюють національну специфіку, вивчення давніх архетипічних та прототипічних уявлень, відображених у мові та дискурсі.

Соціологічний підхід передбачає дослідження дискурсу в плані особливостей сприйняття його окремими прошарками суспільства, представниками професійних колективів та етнічних груп. Як стверджує Г.Г.

Почепцов, "дискурс – це вже не суто лінгвістична структура, а соціолінгвістична.

Він має відповідати нормам мовної ситуації, комунікативної ситуації та соціальної ситуації. Дискурс – це мовна дійсність, яку покладено на соціальні координати" . При соціологічному підході увага приділяється явищам лінгвістичної варіативності, що обумовлені соціальними факторами (клас, стать, етнічний тип). Функціонування та варіативність

мови в реальному житті зумовили вивчення різних соціальних типів дискурсу – професійних: медичних, технічних, театральних, академічних, юридичних, політичних, ділових тощо; гендерних: жіночих та чоловічих; вікових: дитячих, молодіжних; етнічних: негритянських, латиноамериканських (в англomовному континуумі) тощо.

Проникнення дискурс-аналізу в лінгвістику сприяло підвищенню її статусу в ієрархії наукових дисциплін. Результатом дискурсивного етапу досліджень став той факт, що вивчення дискурсу як поєднання вербального та невербального у комунікації призвело до більш тісної взаємодії лінгвістики з багатьма антропоорієнтованими дисциплінами, сприяло проникненню лінгвістичної інформації в інші галузі знань. Дискурс-аналіз як метод, принцип, самостійна дисципліна, відкрита для інших галузей знань, увібрав у себе загальну спрямованість дослідження на багатогранне, комплексне вивчення такого складного багатомірного феномена, як дискурс.

Кожен із підходів, безперечно, сприяє всебічному аналізу, опису і осмисленню соціолінгвістичного феномена дискурсу, який все більше набуває міждисциплінарного статусу і стає об'єктом новітніх теоретичних напрямків та наукових дисциплін – теорії дискурсу, дискурс-аналізу, дискурсивної лінгвістики.

Тема 6. Мовленнєві акти в аналізі комунікативних інтеракцій

В останні роки велику увагу лінгвістів і філологів привернув прагматичний аспект мови. Прагматика описує факти мови в аспекті людської діяльності, вона вивчає мову в плані її застосування.

Інтерес до прагматики, поворот до неї пояснюється рядом факторів. Як відомо, Ч. Моррис, який запровадив це поняття в семіотику, розпізнавав у семіотиці три аспекти: синтактику (формальні відношення знаку до

інших знаків), семантику (відношення знаку до об'єкту, що він номінує) та прагматику (відношення знаків до людей, які ними користуються). Розвиток лінгвістики, особливо за кордоном, в англomовних країнах, дотримувався цих трьох аспектів семіотики. Спочатку структурна лінгвістика намагалась обмежуватися вивченням лише формальних зв'язків між мовними одиницями, ігноруючи смисл висловлювання. Але вже на початку 60-х років цей метод вичерпав себе, тому що не дозволяв зробити повний та всебічний аналіз мовних фактів. Через трансформаційну граматику мовознавство звернулось до семантики. На передній план вийшли семантичні дослідження, як у сфері лексики, так і у сфері синтаксису. Однак і семантичний компонент не задовольняв усіх потреб вивчення мови, а особливо у сфері її функціонування.

Висловлювання у цих теоріях пов'язувалося з умовним, загальним носієм мови, і за межами аналізу залишалися реальні люди, які користуються цією мовою, з їхніми почуттями, взаємовідносинами, прагненнями, і цілями. Стало зрозуміло, що для повного розуміння та пояснення мови – як її структури, так і особливостей використання у мовленні – необхідно звернутися до факторів функціонування мовних форм. Це стимулювало звернення до прагматики, і вже у 70-х роках цей термін почав з'являтися все частіше у роботах лінгвістів. Таким чином, якщо синтактика у відношенні до мови пояснює, як побудовано висловлювання, як розмовляє людина (у плані зовнішніх форм мови), якщо семантика показує, що вона говорить, що означає дане висловлювання, то прагматика намагається розкрити, за яких умов і з якою метою розмовляє людина.

Теорія мовленнєвого акту. Теорія мовленнєвого акту є одним із виявом реакції на лінгвістичну теорію, орієнтовану виключно на внутрішню систему мови. Своїми коріннями вона уходить не тільки і не в першу чергу в лінгвістику.

Вона виникла під сильним впливом прагматичної філософії Пірса, здобула розвитку в роботах Вітгенштейна, а потім Остіна, Серля, Вундерлиха (Austin J.L.

Стисло етапи її розвитку наступні. Вже Вітгенштейн сформулював головну тезу лінгвістичної прагматики, вказавши на схожості та відмінності між різними типами речень та різними їх застосуваннями, тим самим він встановив погляд на мовлення як на частину будь-якої діяльності та показав наявність закономірностей не лише в системі мови, але й у використанні слів і речень.

Остін розпочав дослідження так званих перформативних виразів, тобто виразів, за допомогою яких дії не лише називаються та описуються, але й у той же час й виконуються: речення “Я застерігаю тебе від собаки” не тільки описує застереження, яке має місце поза мовленнєвою дією, але й сама мовленнєва дія є дією застереження.

Із цим пов’язане розмежування Остином локутивного, іллокутивного та перлокутивного актів як компетентів висловлювання. Локутивний акт (наприклад у висловлюванні “Собака кусається”) являє собою вимовлення фрази із відповідним співвідношенням форми та значення; іллокутивний акт – це пов’язана із вимовленням даної фрази мовленнєва дія, орієнтована на слухача (в нашому випадку – застереження); перлокутивний акт – це можливі наслідки мовленнєвої дії, які виявляють себе у подальшому розвитку комунікації та діяльності (в даному випадку: адресат мовлення затриман). Остін пов’язував з цією класифікацією питання про те, чи існують для таких актів правила і які. Він вважав, що у сфері локутивних актів діють граматичні правила, а іллокутивні акти на відміну від перлокутивних є умовними і можуть бути експліковані перформативною формулою. Таким чином, існування перформативної формули стає критерієм для розрізнення іллокутивного та перлокутивного актів, та іллокуція безпосередньо

виводиться із локуції (останнє пізніше оскаржувалось в теорії МА). Серль пішов далі, досліджуючи правила, які лежать в основі іллокутивних актів та висунувши тезис, що останні являють собою не застосування тих чи інших слів, а певні мовленнєві дії. Для нього іллокутивні акти – форми діяльності, які регулюються певними правилами, що не зводяться до граматичних правил, а теорія мови – частина теорії діяльності, оскільки мовлення є “форма поведінки, що керується правилами”. Головне значення для концепції Серля – прямого антипода поглядів Соссюра та Хомського – має саме включення мови у діяльність та приписування іллокутивному актові залежності від правил.

Вундерлих, Маас та інші (проводили активну дискусію з проблем теорії МА та значно продвинули останню. Виступаючи проти зведення мови лише до системи знаків, проти однобічності структуралізму та позитивізу у мовознавстві, вони визначають мовлення як елемент діяльнісного та трудового процесу, а мову як застиглу форму діяльності та трудових процесів. На цій основі розрізняються два рівня правил мови, в основі яких знаходяться два різних типи мовної компетенції: поряд із граматичними правилами або граматичною мовною компетенцією, яка знаходиться у зв'язку між звуковою формою та значенням у системі мови, існують комунікативні правила або комунікативна компетенція, пануюча над граматичною компетенцією та полягаюча у зв'язку між комунікативними передумовами або наслідками та формою висловлювання, між МА та мовним висловлюванням.

Те, що теорія МА претендує на статус нового напрямку у лінгвістиці, зрозуміло вже із самого поняття “мовленнєвий акт”, який первісно (у розумінні Соссюра) служить синонімом до мовлення, говоріння, застосування (на відміну від мови, системи мови). Якщо при цьому МА розумівся як щось другорядне, то у сучасні теорії МА він розглядається,

навпаки, як первісне по відношенню до системи мови та розуміється як елемент діяльності, на підставі якої і отримує пояснення.

Центральним поняттям теорії МА є розмежування **локутивного, іллокутивного та перлокутивного** актів, незалежно від їх модифікацій у окремих авторів. У той час, як Остін поділяв локутивний акт на акти артикулювання звуків, утворення словоформ і конструкцій та співвідношення значення слів та конструкцій із предметами зовнішнього світу, Серль з'єднував перші два акти, а останній акт співвіднесення значення слів та конструкцій із предметами зовнішнього світу називав пропозиційним та підрозділяв на акти предикації (приписування предмету ознаки) та референції (віднесення слова до певного предмету дійсності). Істотним, проте, є не цей більш дрібний розподіл та відміна у відповідних термінах, а розмежування трьох основних актів та пов'язане з ними уявлення про мовне висловлювання як міжособовий МА, як одиницю діяльності у рамках діяльнісного контексту. Власне на цій підставі кожний МА визначається у своїй міжособовій сутності типом іллокутивного акту, який і стоїть у центрі комунікативно та прагматично орієнтованого дослідження.

Звичайно, можливе мовлення, в основі якого не лежить іллокутивний акт (наприклад, при читанні тексту, що був написаний під диктовку), та, навпаки, можливий іллокутивний акт, який не супроводжується висловленням у формі пропозицій (наприклад, "Гей" як погроза). Проте, звичайно, речення-вислів продуцирується водночас із іллокутивним актом. Між локутивним та іллокутивним актами співвідношення хоча й непряме, проте регулярне і мовець повинен володіти їм, якщо він бажає володіти мовою. Кожний, хто бажає здійснювати комунікацію засобами мови, та особливо при вивченні іноземної мови, повинен навчитися не лише граматично правильно будувати висловлювання, але й знати, у яких діяльнісних контекстах

можливі ті або інші висловлювання, як слід їх розуміти, як непрямо і непросто пов'язані між собою типи висловлювання та типи МА – у цьому і полягає комунікативна компетенція.

Для мовознавця цілком ймовірно, що в одному й тому самому ситуаційному контексті різні висловлювання можуть мати однакову комунікативну (або іллокутивну) функцію, наприклад:

- 1) Петро, закрій вікно!
- 2) Петро, чи не закриєш ти вікно?
- 3) Петро, ти можеш закрити вікно?
- 4) Петро, вже можна закрити вікно.
- 5) Петро, тут протяг.

Іллокутивна функція цих таких речень полягає у спонуканні адресата мовлення зачинити вікно. Це спонукання реалізується різноманітними формами речень – спонукальними, питальними, стверджувальними. Таким чином, форма речення ще не визначає його іллокутивну функцію.

І, навпаки, одне і те ж речення може мати у різних ситуаціях різну комунікативну функцію. Так, речення: 6) Чи не бажаєте ви присісти? може бути зрозумілим в залежності від ситуації як пропозиція сісти, тобто як спонукання або як висловлення здивування або роздратування.

Із неспівпадіння форми висловлення та іллокутивної функції (МА) не слід робити висновок, що кожне речення може мати в залежності від контексту нескінченну кількість різних функцій. Існують як правила, що дозволяють породжувати нескінченну кількість правильних речень (граматична компетенція), так і правила співвіднесення породжених речень із їх діяльністним контекстом (комунікативна компетенція).

Типологія мовленнєвих актів. Якщо структура акта мовлення показує, як говорять люди, то типологія мовленнєвих актів показує, навіщо, з якою метою вони говорять. Треба зауважити, що поки не існує

загальної типології мовленнєвих актів, а різноманітні класифікації, що пропонуються логіками та лінгвістами, доволі нестійкі і швидко приходять на зміну одна одній. Мовленнєві акти можуть до того ж розподілятися на основі різних аспектів самого мовленнєвого акту. Найбільш вживаною у лінгвістиці є класифікація мовленнєвих актів згідно з їхньою цілеспрямованістю. З цієї точки зору всі мовленнєві акти можуть розподілятися на інформативні та неінформативні.

Серед інформативних мовленнєвих актів Дж. Остін розпізнавав два типи: констатуючі та перформативні висловлювання. Перші являють собою повідомлення про якусь подію, вчинок, другі рівнозначні самим вчинкам (у цьому випадку вимовлення фрази співпадає з самою дією). До перформативних актів мовлення відносять обіцянки, клятви, вибачення. Висловлювання, що їх виражають, мають певні мовні особливості – наявність особливих, перформативних дієслів в першій особі та теперішньому часі (Я обіцяю.., І клянусь...). Констатуюче висловлення (наприклад, Петро пообіцяв, що він прийде) описує мовленнєвий акт, в той час як перформативне висловлювання є мовленнєвим актом. Констатуючі висловлення не мають значення дійсності або хибності, вони лише супроводжуються успіхом або неуспіхом.

Критикуючи Дж. Остіна, іншу, більш детальну класифікацію розробив Дж.Серль. На основі ряду ознак він виділяє 5 загальних типів інформативних мовленнєвих актів. - репрезентативи (описують певний стан речей) - директиви (спонукання) - комісиви (акти обіцянки) - декларативи (наприклад, “Оголошую засідання відкритим”) - експресиви (висловлення відношення до стану речей).

Дж. Ліч розподіляє мовленнєві акти на 5 класів – асертиви, директиви, рогативи, комісиви та експресиви.

Г. Г. Почепцов виділяє, окрім основних класів, ще і підкласи в залежності від ступеню та характеру іллокутивної сили. В його класифікації ми маємо: - констативи - директиви, які поділяються на ін'юктиви (Зроби це!) та реквестиви (Чи не зробиш ти...?) - квеситиви - комісиви, які мають підклас промісивів та менасивів (погрози) - експресиви - перформативи - фатичні метакомунікативи (встановлення та підтримка контактів) Із співвідношення між формулою висловлення на виході та іллокутивною функцією (тобто необхідною мовленнєвою дією) пов'язана також відмінна між прямими та непрямими мовленнєвими актами, що проводиться у теорії мовленнєвих актів.

Прямими мовленнєвими актами є такі висловлення, в яких комунікативна функція (наприклад: ствердження, питання, спонукання) сигналізується відповідною синтаксичною формою речення (наприклад: стверджувальне, питальне, спонукальне речення), відповідним перформативним дієсловом або іншим індексом (наприклад: часткою). Непрямим мовленнєвий акт є у тому випадку, коли немає відповідності між комунікативною функцією та типом речення (наприклад: якщо спонукання висловлюється формі питального речення), характером перформативного дієслова або іншим іллокутивним індикатором.

Подібні непрямі мовленнєві акти також виконують свою комунікативну функцію; як і при прямих мовленнєвих актах, учасники розмови є діючими особами, мова згідно із теорією мовленнєвого акту стає формою діяльності, органічною частиною дії.

Оцінюючи роль теорії МА у мовознавстві, необхідно розглянути перш за все два питання: питання про відношення мовленнєвого акту до суспільної діяльності та питання про його відношення до системи мови. Що до питання про відношення мовленнєвого акту до суспільної діяльності, то в порівнянні з лінгвістикою, яка вивчає чисту систему мови,

теорія мовленнєвого акту зробила крок уперед. Проте пов'язуючи мовні акти, часто лише окремі, з діяльностним контекстом, вона зробила лише перший крок, недостатній для повної інтеграції мовознавства в суспільні науки. Необхідний наступний крок, який включив би окремі мовленнєві дії та ситуації, тобто комунікативну діяльність, до діяльності суспільної, тобто до інших видів людської діяльності, серед яких примат належить практиці, та виводив би комунікативну діяльність з останньої.

Щодо відношення мовленнєвого акту до системи мови, то було б невірним робити із відмови від примата системи та нового розуміння її як засобу, із прагматико-комунікативної орієнтації теорії мовленнєвого акту висновок, що система мови є лише фікція, що системність мови – лише її нова риса та що виявлені лінгвістикою системні якості мови несуттєві. Системний характер мови, безперечно, є об'єктивно існуючою властивістю, а отримані лінгвістикою дані по цьому питанню являють велику цінність. Проте вони повинні бути включені в загальну теорію комунікативної діяльності. Тим самим не може бути заперечень проти поняття системності мови та проти необхідності дослідження системних властивостей мови. Неправомірні лише абсолютизація системи мови та її відрив від соціально-прагматичного аспекту існування мови.

Тема 7. Одиниці дискурс-аналізу

Представники різних наукових шкіл пропонують власні оригінальні теоретичні моделі дискурсу й способи проведення дискурсивного аналізу.

Зокрема, це – дослідження інформаційного потоку У. Чейфа, когнітивна теорія зв'язку дискурсу й граматики Т. Гівона, експериментальні дискурсивні дослідження Р. Томліна, граматика дискурсу З. Лонгейкра, системно- функціональна граматика М. Халлідея, загальна модель структури дискурсу Л.

Поланьї, соціолінгвістичний підхід Дж. Гамперса, психологічна модель побудови структур М. Гернсбакер та ін. У виборі того чи іншого наукового підходу до аналізу дискурсу суттєве значення має традиція, що склалася в національній школі дискурсивного аналізу. Зокрема, у французькій дослідницькій школі термін «аналіз дискурсу» об'єднує дослідження, неминуче пов'язані зі способами сприймання текстів, з вивченням мовних засобів, що використовуються для вираження тієї чи іншої комунікативної мети, зі змістовою інтерпретацією текстів як засобу вираження політичної, ідеологічної позиції. Аналіз дискурсу тут спрямовано передусім на вивчення: а) комунікативних ситуацій і б) мовленнєвих контекстів. У першому випадку розглядаються референційна співвіднесеність дискурсу, сфера спілкування, соціально-рольова й соціально-ідеологічна приналежність суб'єкта дискурсу, у другому – вирішуються проблеми синтаксису та семантики з погляду комунікативної спрямованості дискурсу, здатності забезпечувати його структурну й семантичну зв'язність. Тобто дискурс постає організованою сукупністю функціонально орієнтованих, контекстуалізованих одиниць уживання мови. Поняття «французька школа дискурс-аналізу» об'єднує багато формально-лінгвістичних і функціональних напрямів, представлених працями таких франкомовних лінгвістів, як М. Фуко, П. Серіо, М. Пеше, Г. Паре, А. Греймас, Ж. Курте, С. Муаран Д. Менгено та ін., які можна звести до декількох типів:

- вивчення комунікативних ситуацій, що відповідають тому чи іншому типу дискурсу й соціально-ідеологічній приналежності групового чи індивідуального суб'єкта дискурсу, співвіднесеності дискурсу та сфери спілкування;

- дослідження контексту, тема-рематичної організації дискурсу, його стилістичних і риторичних характеристик; – аналіз функціональних і формально-структурних характеристик дискурсу;
- вивчення інтенціональноілокутивних типів дискурсу та його аргументативності.

У рамках французької школи розробляються підходи до дослідження різних типів дискурсу, зокрема релігійного, політичного, дискурсу шкільних навчальних посібників, уперше з'являється філософсько-лінгвістичне осмислення його природи, яке показує нерозривний зв'язок між теоретичними концептами та їх матеріальним утіленням у дискурсі, ідеологічний вплив дискурсивних формацій на орієнтацію людей як соціальних суб'єктів. М. Пеше вважав дискурс-аналіз дослідженням ідеологічних аспектів використання мови та реалізації ідеології в мові, переконуючи, що люди займають ілюзорну позицію, коли бачать себе джерелом дискурсу. Не людина є автором створеного нею дискурсу, а деяка позасуб'єктна матриця значень, яка автоматично керує дискурсом суб'єкта, насправді визначає способи його творення. Дискурсивні конструкції, у рамках яких ідеологічно позиціонуються люди, самі формуються під впливом сукупності дискурсивних формацій, які М. Пеше називає інтердискурсом. Дослідник розробив модель автоматичного аналізу дискурсу, основна мета якого полягала в несуб'єктному аналізі ефектів значення. В її основу лягла ідея про неминучий вплив місця, часу й соціокультурного контексту на умови породження дискурсу.

Окремо варто виділити концепцію дискурсу французького історика, соціолога й мовознавця М. Фуко, якого цікавлять передусім лакунарна та переривчаста структура, властива лише дискурсу, а також проблема функціонування дискурсу. М. Фуко запропонував програму формування нового підходу до феноменів дискурсивної сфери, де на перший план

висувається розгляд процесуальності дискурсивних явищ, яка характеризується непередбачуваними випадковими поворотами у своєму розгортанні. Згідно із запропонованою концепцією, головний акцент робиться на ідеологічному факторі текстопородження, лінгвістичний аналіз посідає другорядне місце.

Висловлювання при цьому розглядається не як лінгвістична послідовність знаків, а як сегмент людського знання, його структурний елемент і водночас як частина відповідної дискурсивної практики. Тобто, екстралінгвістичні фактори – комунікативна ситуація та культурно-ідеологічне середовище, в якому проходить комунікація, визнаються визначальними по відношенню до лінгвістичних. З іменем М. Фуко пов'язана поява кратологічного трактування дискурсу, що дістало широке застосування в критичному дискурс аналізі.

Лінгвістична школа Амстердама, лідером якої є Т. ван Дейк, орієнтується в основному на когнітивно-прагматичний аспект аналізу дискурсу, ключовими поняттями в якому виступають фрейм, ментальні структури, стратегії різних рівнів. Дискурсивний аналіз, згідно з моделлю Т. ван Дейка, спрямованою на мовлення як продукт говоріння і на текст як продукт написання в контексті комунікативної події в цілому, передбачає: – вивчення природної мови текстів та розмов; – використання контексту (соціального та культури); — аналіз лінійної послідовності структурних одиниць; — розгляд письмового й усного дискурсів як соціальної практики їх учасників; – вивчення усного мовлення, але при цьому не має повністю ігноруватися мовлення писемне; – урахування категоризації, проведеної учасниками дискурсу; – виявлення загального значення та функцій дискурсу; – аналіз дискурсу на всіх рівнях – звуковому, граматичному, семантичному;

- урахування конструктивності дискурсу, оскільки його конструктивні елементи можуть функціонально використовуватися, розумітися та вивчатися як частини інших елементів;
- урахування загальних граматичних, комунікативних правил і правил мовної взаємодії, а також розгляд порушень, ігнорування і зміни правил у цьому дискурсі;
- виявлення стратегій, що їх користувачі мови застосовують для досягнення цілей дискурсу;
- визнання ролі соціальної когніції в дискурсі, тобто знань, відношень, ідеологій, норм і цінностей. Когнітивний компонент, за Т. ван Дейком, дає можливість пояснити, як соціальні структури реалізуються, отримують статус законних утворень і як вони впливають на структуру дискурсу. У руслі когнітивно-прагматичного аспекту аналізуються способи представлення в дискурсі етнічних упереджень, забобонів, расизму, досліджується зловживання владою і відтворення нерівності за допомогою ідеології. На підставі проведених досліджень робиться висновок про те, що головну роль у поширенні расизму відіграють промислові, фінансові та політичні еліти, що влада залежить від контролю над суспільним дискурсом.

Британська школа дискурсивного аналізу, представлена передусім працями Н. Фейрклау, Г. Кресса, Р. Ходжа, Р. Фаулера, розглядає дискурс певних соціальних середовищ — зокрема, сексуальних меншин, фемінізму, малих соціальних груп, мову влади. Н. Фейрклау, наприклад, виводить новий вид дискурсу – дискурс споживчої культури, аналізує його вплив на інші сфери комунікації, зокрема, на спілкування в університетах. Основна увага при цьому приділяється дослідженню відношень між соціокультурними змінами й змінами в дискурсі, що впливають на інститути, ієрархічні структури й особистість науковців. Зміни в дискурсі аналізуються при цьому з позицій творчого злиття дискурсів і жанрів у

текстах, що спричиняє реструктуризацію відношень між різними дискурсивними практиками соціальних інститутів і зміщення меж між порядками дискурсу як структурованими наборами дискурсивних практик, які асоціюються з тими чи іншими суспільними сферами. Н. Фейрклау пропонує використовувати дискурсаналіз у поєднанні з іншими методиками при вивченні соціальних і культурних змін, а також як основу в боротьбі проти експлуатації та пригноблення. Тео ван Леувен як представник британської школи соціальної семіотики, якого цікавлять передусім інтонація диск-жокеїв і ведучих телевізійних новин, мова телевізійних інтерв'ю та газетних повідомлень, семіотика глядацького спілкування та музики, вважає, що дискурсивний аналіз має бути спрямованим на дискурс як а) інструмент влади й контролю і б) соціальне конструювання дійсності.

Представники німецько-австрійської школи дискурсивного аналізу З.Єгер, Ю. Лінк, Ю. Хабермас, Р. Водак та ін., заснованої на теорії дискурсу М.Фуко, розвивають передусім літературознавчу концепцію. Дослідження тексту перетворюється тут в ідеологічно зорієнтований аналіз (засіб історичної, ідеологічної, психолінгвістичної реконструкції «духу доби») дискурсу, який розуміють як відповідну мовну формацію стосовно до соціально й історично визначеної суспільної практики. Тексти одного дискурсу при цьому вважаються зверненими до одного предмета, теми, концепту й взаємопов'язаними семантичними відношеннями і/або такими, що виступають у загальній системі висловлювань, поєднаних у комунікативному та функціонально-цільовому планах, а самі дискурси ідентифікуються як мовний корелят якоїсь соціокультурної, політичної та ідеологічної практики.

У дослідженнях когнітивного напрямку, що сфокусовані на ментальних феноменах, репрезентованих у тексті, мисленнєві процеси пояснюються через уживання тих чи інших мовних засобів. Тому

вживання мови аналізується з інших позицій: зокрема, експресивні засоби розглядаються не як прикраса тексту, а як особлива форма мислення, як спосіб пізнання та пояснення світу. Активно розробляється російськими науковцями також і соціолінгвістичний напрям аналізу дискурсу як спілкування людей у рамках якоїсь конкретної комунікативної сфери, яке розглядається з позиції їхньої приналежності до тієї чи іншої соціальної групи або стосовно до типової ситуації.

В українській комунікативістиці дискурсивний аналіз є не менш популярним, про що свідчить величезна кількість наукових праць, присвячених різним проблемам дискурсу. Їх автори спираються на різні дослідницькі підходи та принципи дискурсивних стратегій і практик.

Найбільш репрезентованим в українській науковій літературі постають когнітивний та комунікативний напрями вивчення дискурсу, у межах яких «органічно поєднується вивчення «власне» мовних процесів і різноманітних духовних, психологічних, соціальних та інших виявів людини, яка постійно «живе в мові». Поява цих двох напрямів зумовлена передусім наявністю визнаної науковцями різниці між семантикою та прагматикою знака. Семантика дискурсу при цьому трактується як сукупність інтенцій і пропозиціональних установок спілкування, а прагматика – як способи вираження відповідних інтенцій та настанов. Когнітивний напрям дискурсивного аналізу зосереджує увагу на аналізі структур репрезентації концептуального простору дискурсу, прагматичної компетенції комунікаторів, з'ясуванні ролі прототипних ефектів у дискурсі, обґрунтуванні когнітивних механізмів породження й інтерпретації текстів як знакових посередників дискурсу.

В останній період в українських дискурсивних студіях спостерігається поєднання комунікативного та когнітивного підходів з функціоналізмом як методом дослідження, що дозволяє зосередитися на актуалізації інтенціональних комунікативних смислів та їх мовному

вираженні, на взаємодії партнерів у процесі обміну думками, побороти, за висловом Ф. С. Бацевича, обмеженість «чистого» когнітивного підходу до мови, оскільки значна увага при цьому приділяється не лише індивідуально-психологічним, а й соціальним факторам комунікації, враховуються когнітивні фактори настанов, пам'яті, емоцій, знань, оцінок тощо. Численними науковими дослідженнями репрезентовано в українській науковій школі комунікативнопрагматичний план аналізу дискурсу, в якому, як зазначає Н. В. Павлик, дискурс включає такі компоненти:

1) дискурсивно-аналітичні: ілокутивний, комунікативно-інформаційний і модальний, що безпосередньо задіюються для аналізу комунікативно-прагматичної специфіки дискурсивних одиниць; дейктичний, який є визначальним для розмежування маркерів соціального статусу мовців; експресивнооцінний – для опису засобів вираження емоційного стану як одного з типів дискурсивних одиниць епістолярних текстів; функціонально- стилістичний – для дослідження жанротипів;

2) комунікативно-ситуаційні, що представлені комунікативною ситуацією, складниками якої виступають соціальні чинники: місце і час мовного процесу, соціокультурологічні норми поведінки його учасників, соціальний статус і ролі співрозмовників, ступінь знайомства та рівень формальності умов спілкування;

3) комунікативно-мотиваційні, що спираються на комунікативне завдання, структура якого охоплює мотив, що спонукає людину до здійснення мовленнєвого акту, мету комунікативної дії, знання соціально особистісних рис адресата тощо;

4) інтенціональні, що визначають прагматичну настанову висловлення;

5) мовнокомпетенційні, які виявляються в умінні співрозмовників будувати дискурс, оптимально використовуючи мовні засоби для

реалізації комунікативних намірів, тобто для впливу на інформаційного партнера;

б) фонові – це соціальні, індивідуальні, колективні, наукові, донаукові, художні, життєві, енциклопедичні тощо знання автора та реципієнта.

Підтримується й активно розробляється українськими науковцями антропоцентричний підхід до вивчення дискурсу, що ґрунтується на понятті комунікативної особистості, її здатності породжувати той чи інший дискурс, взаємозумовленості зв'язку між способами організації дискурсу й дискурсивними здібностями особистості.

Тема 8. Категорії дискурс-аналізу

Комунікативний вплив мовця у спілкуванні проявляється через реалізацію відповідних комунікативних стратегій і тактик.

Стратегія мовленнєвого спілкування – оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни у конкретній ситуації.

Як правило, у разі неконфліктного спілкування його стратегію визначають пошуки «спільної мови», тобто основ діалогічного (чи полілогічного) співробітництва: добір мовних засобів представлення реального стану речей, вибір тональності спілкування, формування сприятливої атмосфери взаємодії всіх учасників комунікації тощо.

Комунікативна стратегія охоплює:

- вибір глобального мовленнєвого наміру (констатувати факт, поставити запитання, звернутися з проханням тощо);
- відбір компонентів семантики речення і екстралінгвальної конситуації, які відповідають модифікаційним комунікативним значенням;

- визначення обсягу інформації, який припадає на одну тему, одну рему тощо;

- установлення співвідношення квантів (часток) інформації про ситуацію зі станами свідомості співбесідників і чинником емпатії; - визначення порядку комунікативних складових;

- налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим (діалогічний, режим озвучення письмового тексту, прогнозу погоди або новин), стиль (епічний, розмовний) і жанр (поезія, анекдот, лозунг, реклама).

Складовими стратегії можуть також бути аргументація, мотивація, оцінка, висловлювання емоцій (симпатій, антипатій), міркування вголос, виправдання, підбурювання тощо.

Побудова стратегій та їхня реалізація великою мірою залежать від рівня знайомства комунікаторів, соціальних чинників, орієнтації в психічній, когнітивній та інших сферах адресата.

Дослідники розрізняють два типи стратегій спілкування: власне комунікативну і змістову. Власне комунікативна – це правила і послідовність комунікативних дій, яких дотримується адресант. Змістова стратегія – це покрокове змістове планування мети з урахуванням наявного «мовного матеріалу» (мовного коду) у межах кожного ходу (кроку) в комунікації.

Обидва типи стратегій визначають загальний «стиль» взаємодії в спілкуванні, тобто, як і якими способами й засобами може бути досягнута мета комунікації.

У лінгвістичній літературі виділяють також кооперативні та некооперативні стратегії мовленнєвого спілкування. Кооперативні стратегії втілюються в інформативні та інтерпретативні діалоги (полілоги) – поради, обмін думками, розповіді, повідомлення тощо.

Некооперативні знаходять своє втілення в конфліктах, суперечках, претензіях, погрозах, ухиляннях від відповіді тощо.

Отже, мовленнєві стратегії дають змогу ефективно досягати мети спілкування або ж зорієнтуватися на досягнення ширшої, соціальної мети. Складові стратегій спілкування: комунікативна інтенція – комунікативна мета – комунікативна компетенція.

Інтенція належить індивіду й цим відрізняється від позаособистісних конвенцій та правил спілкування – регламентованих законів поведінки в різних мовленнєвих ситуаціях.

Комунікативна мета – стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт. Мета багато в чому визначає перебіг спілкування, рух у ньому інформації, взаємодію учасників.

Комунікативна компетенція – сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, постулатів, конвенцій тощо, якими володіють учасники спілкування.

Стратегії спілкування є гнучкими і залежать від прагматичних чинників: віку комунікаторів, їх статі, соціальних ролей, національно-культурної належності і передбачають певну комунікативну тактику.

Комунікативна тактика – визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети.

Комунікативні тактики виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення: вони формують складові діалогу (полілогу), групуючи і чергуючи відтінки розмови – оцінку, радість, горе, сумнів тощо. Наприклад, стратегія відмови від виконання прохання може втілюватися в такі комунікативні тактики: – видати себе за некомпетентну людину; – послатися на неможливість виконання прохання саме в цей час; –

відмовитися без будь-якого мотивування; – ухилитися від відповіді, не обіцяти нічого конкретного;
– дати зрозуміти, що не бажаєте виконати прохання.

Усі згадані тактики засновані на некооперативній стратегії поведінки адресата.

У різних ситуаціях спілкування використовують різні тактики: одні більш дієві в побутовому спілкуванні, інші – у діловому. Фахівці у сфері ділового спілкування виокремлюють такі мовленнєві тактики:

– раптовість (використання в мовленні невідомої слухачам інформації); – провокація (на короткий час викликається реакція незгоди з інформацією, яка подається, для використання цього часу з метою підготовки слухачів до конструктивних висновків, уточнення позиції тощо);

– апеляція до авторитетів (з метою підтримки власної позиції дається посилання на авторитет слухача, відомих учених, діячів культури);

– залучення елемента неформальності (враховуючи предмет мовлення, розповісти слухачам, партнерові про свої помилки і їх наслідки; це дає змогу подолати стриманість, формує атмосферу довіри);

– гумор (наводяться смішні, парадоксальні приклади, розповідаються веселі історії тощо; допомагає створити невимушену атмосферу);

– чорне опонування (партнеру по спілкуванню ставлять декілька запитань, щоб на жодне з них він не зміг відповісти).

Отже, використовуючи комунікативну компетенцію, мовець ставить перед собою комунікативну мету і, спираючись на певну комунікативну інтенцію, формує комунікативну стратегію, яка перетворюється (або не перетворюється) на комунікативну тактику як сукупність комунікативних намірів (комунікативних завдань), збагачуючи комунікативний досвід мовця.

Структура власне розмовного дискурсу, що розглядається як результат конкретного мовленнєвого акту, відображує ряд етапів (вступ у мовленнєвий

контакт, висунання ініціальної теми розмови і її ратифікація, зміна ролей у ході комунікативного акту (КА)) кожний з яких обумовлений комплексом зовнішніх та внутрішніх факторів. Для здійснення розмовного контакту не потрібно ніяких спеціальних умов (тільки б не було перешкод і комуніканти чули одне одного), певного часу, спланованої теми розмови, вибору співрозмовників (тільки б був “кворум” – не менш двох учасників), попереднього розподілу ролей (ініціювати розмову може один, а фактичним ведучим – інший учасник розмови).

Реалізація розмови підпорядковується прийнятим і суспільно санкціонованим правилам мовної поведінки. На думку С. Вінковського, сума цих правил (він назвав їх *topicalizing behaviour*) включає взаємну готовність виступати у ході КА у обох ролях (і мовця, і слухача), висунення доречних тем КА і їх погодження, мовчазна згода не згадувати про щось недоречне, активну підтримку ходу КА, яка проявляється в тому, щоб просунути хід розмови принаймні на один крок (репліку) вперед.

Ось як схематично виглядає начало, поетапне розгортання і завершення дискурсу в уявленнях колоквіалістів. Дуже важливу роль відіграє вступ у мовленнєвий контакт. Існує цілий ряд правил, які матеріалізуються у мовних формулах привітань і стереотипізованих структурах типу: Як справи? Hello!

Однак для зав'язки розмови це може виявитися недостатнім. Для успішного початку тема бесіди повинна бути не тільки висунута, але і ратифікована учасниками. У ході розмови погоджена тема може бути відкинута та замінена новою. У останньому випадку маркерами можуть бути фрази типу однак, добре, до речі, але, з іншого боку.

Розвиток теми може бути вдалим лише при зацікавленій участі опоненту, який (згідно з правилами *topicalizing behaviour*) підтверджує це використанням прийнятого у суспільстві репертуару вербальних та невербальних засобів типу м-мм, а, угу, так-так, що супроводжуються зацікавленим поглядом, усмішкою і таке інше. Нерідко успіх розвитку теми забезпечується допоміжними репліками опоненту, його коментарем, висловленням оцінки.

У ході початого дискурсу можливе одно або декілька проміжних завершень тем, що обговорюються, за якими іде услід чергова тема.

Вихід із розмови може бути здійснений за ініціативою одного із учасників фразами типу: Перепрошую, мені пора. Або по взаємній згоді: Було приємно зустрітися. До побачення.

Важливо відмітити, що фактично кожний невимушений мовленнєвий акт розгортається із врахуванням фактору адресату, що фактично у ході кожного дискурсу діють контроль та самоконтроль розгортання розмовного ланцюга під дією зворотного зв'язку або зміни установок і цілей висловлювання самим мовцем. Така корекція висловлювання включає цілий комплекс прийомів контролю та самоконтролю висловлювання, загальною метою якого є намір мовця реалізувати комунікативні наміри (добитися якоїсь інформації або щонайменше повідомити, спонукати співрозмовника до вербального акту або іншої діяльності і таке інше).

Суттєвим також є соціально-рольові відносини комунікантів, які схематично можна представити у вигляді дихотомії *Tu – Vos*, де останнє (Ви) символізує особу, яка є старшою по становищу, віку, більш поважаємою у силу прийнятих у суспільстві норм, а Ти маніфестує комуніканта, що займає позицію ступенем нижче. Ці відношення накладають відбиток на формально-змістовні характеристики їх реплік, визначають загалом відносну тональність їх висловлювань.

Дискурсу як когнітивно-комунікативному процесу притаманні, окрім когнітивних та комунікативних категорій, також й метадискурсивні категорії, які забезпечують розвиток дискурсу як процесу і є засобом його структурування.

Цільність і зв'язність дискурсу є його найважливішою рисою, і саме тому дослідження лінгвістичних одиниць, які надають тексту динамічний характер, перетворюють його на комунікативну подію, роблять його особистісним, є вельми актуальним у розробці проблем дискурсивних студій.

Усякий дискурс, будь то текст, монолог або діалог, складається з більш дрібних комунікативних одиниць, які організовують структуру дискурсу. Вони забезпечують цільність та зв'язність дискурсу, що є його найважливішою ознакою. В лінгвістичній літературі ці комунікативні одиниці мають різні назви: дискурсивні маркери, дискурсивні частки, дискурсивні конективи, прагматичні частки, прагматичні маркери та ін.

Отже, дискурсивні маркери утворюють окрему групу мовних одиниць – носіїв особливого процедурного значення, сутність якого виявляється при співвіднесенні висловлювання, яке містить дискурсивний маркер, з іншими висловлюваннями або сегментами тексту, розташованими контактено або дистантно відносно певного вислову. Ці зв'язки, встановлені за допомогою макроконекторів, не лише сигналізують про нові макропозиції, але також забезпечують когезійну та когерентну зв'язність дискурсу.

Можна виділити два підходи до визначення функцій дискурсивних маркерів: вузький та широкий. З точки зору вузького трактування принципово важливою властивістю дискурсивних маркерів є забезпечення формально-граматичної й смислової зв'язності частин дискурсу. На нашу думку, в рамках дослідження дискурсу як когнітивно-комунікативного

процесу більш прийнятним є широке сприйняття дискурсивних маркерів як лінгвістичних метакомунікативних засобів, необхідних для забезпечення ефективної комунікації, які надають дискурсу динамічний характер і роблять його особистісним. Таке бачення дозволяє стверджувати, що дискурсивні маркери не тільки структурують дискурс, але й привертають увагу адресата до істотних фрагментів тексту з метою полегшення декодування інформації та надання учаснику інтеракції найточнішого уявлення про предмет обговорення, а також слугують регуляції міжособистісних та соціальних аспектів взаємодії комунікантів. І тому дискурсивним маркером можна вважати не лише певну лексичну одиницю, але також використання специфічної лексики, повтор лексичних одиниць, повтор родового поняття та ін. Таким чином, дискурсивні маркери виступають в якості функціональних елементів управління дискурсом, що значно підвищує їхню роль в інституціональних типах дискурсу, зокрема у діловому діалогічному дискурсі.

Тема 9. Принцип кооперації і імплікатури спілкування як основні поняття інференційної прагматики Пола Грайса

Принцип кооперації та імплікатури спілкування - основні поняття інференційної прагматики Пола Грайса. Науковці мають інтерес до імплікатури спілкування у контексті дослідження ситуацій, коли мовець сповіщає одну інформацію, а має на увазі щось більше за те, що було сповіщено. Маємо різницю між тим, що мовець сповістив (what is said) і тим, що він мав на увазі (what is meant). Відповідно, на рівні із буквальним значенням висловлювання, повинно існувати значення мовця. Завдання Грайса – показати значення мовця як специфічний вид прагматичного висловування. Це завдання розкривається в рамках його інференційної

прагматики, ядром якої слід вважати Принцип Кооперації та імплікатури спілкування.

Пол Грайс є автором одного із найбільш вдалих проектів дослідження в рамках прагматики. Актуальність дослідження інференційної прагматики Пола Грайса зумовлюється тим, що концепція британського дослідника дозволяє аналізувати ситуації, коли мовець сповіщає одну інформацію, а має на увазі щось більше, ніж було промовлено. Наявність таких ситуацій можна розглядати як підставу не включати природну мову до кола наукових проблем, що фактично і було зроблено протягом ХХ ст.. Теорія Грайса дозволяє по-новому поглянути на проблеми природної мови. це спричинило появу великої кількості наукових розвідок, зокрема в таких сферах наукового знання як психологія, філософія мови та лінгвістика. В цьому сенсі цікавим є питання співвідношення інференційної прагматики із сучасними логічними розвідками. Адже слід прийняти до уваги той факт, що інференційна прагматика майже повністю позбавлена належної уваги зі сторони логіки в Україні та на пострадянському просторі.

Аналіз наукової спадщини Пола Грайса умовно можна поділити на два напрями: неограйсівська прагматика та постграйсівська прагматика. Неограйсівська прагматика намагається пояснити, а іноді вдосконалити, наявні у теорії положення та поняття. До них відносять дослідження Дж.Д. Атласа, К. Баха, Р. Харніша, Г.Н. Лича, Л. Р. Хорна, С. Левинсона.

Постграйсівська прагматика пропонує альтернативний підхід до аналізу теорії Пола Грайса і представлена Д. Спербером, Д. Уілсоном і продовжена Р. Карстоном, Д. Блекмером.

Вперше термін «імплікатура спілкування» був описаний у роботі британського науковця Пола Грайса, що мала назву «Логіка та мовне спілкування» (Logic and conversation). ця стаття є частиною курсу «Лекції Вільяма Джеймса», прочитаного Грайсом у Гарварді, і входить до збірки

«Вчення на шляху слів», яка вийшла друком у видавництві Гарвардського університету у 1989 р.

Уявімо ситуацію, що мовець А і мовець Б ведуть бесіду про їх спільного знайомого С, який наразі працює у банку. Мовець А запитає у мовця Б, як відчуває себе знайомий С на новій роботі. Мовець Б відповідає: «О, навіть дуже непогано, я думаю. Йому подобаються його колеги і його поки що не забрали до в'язниці». В цій ситуації мовець А може висновувати інформацію про те, що саме мовець Б імплікує, тобто хоче сказати, або має на увазі, коли сповіщає про знайомого С, якого не забрали до в'язниці. Відповідь на це питання може бути будь-якою з наступних варіантів: знайомий С відноситься до такої когорти корумпованих людей, які не можуть встояти перед спокусою не використовувати свій службовий стан задля задоволення власних потреб, або що колеги по роботі містера С є дуже неприємними людьми. Звісно, не обов'язково, що мовець А буде висновувати саме таку інформацію, хоча вона має право на існування в контексті промовляння зазначеної тези. Важливо усвідомити, що все що мовець Б прагнув сповістити є відмінним від того, що він сповістив насправді. Насправді мовець Б сповістив мовцю А лише те, що знайомого С не забрали до в'язниці. Щоб схопити відмінність між промовленим насправді, і тим, що малося на увазі, Грайс вводить нове поняття «імплікування» (*implicate*), та похідні від нього «імплікатура» (*implicature*) та «імплікат» (*implicatum*).

Метою цього слід вважати намагання Грайса зняти можливі неоднозначності і суперечності, що виникають в результаті різноманітного тлумачення дієслів, що використовують для позначення процесу проголошення висловлювань.

Грайс зазначає, що коли він використовує дієслово «сказати», він розуміє процес проголошення такої інформації, яка була б близькою до конвенційного значення слів, які були вжиті.

Якщо розглядати факт промовляння фрази Він потрапив у пастку і нам нічого не відомо про обставини, за яких це повідомлення було проголошено, ми можемо інтерпретувати таке повідомлення з різних сторін: 1) стверджувати, що існує об'єкт х, який потрапив у певний механічний засіб, який є пасткою; 2) стверджувати про те, що існує об'єкт х, який потрапив у певну скрутну ситуацію (потрапив у пастку свого страху тощо). щоб мати можливість чітко зрозуміти значення цього висловлювання необхідна наступна інформація: 1) Необхідно мати можливість чітко ідентифікувати об'єкт х. 2) Знати час, коли було проголошене висловлювання. 3) Збагнути значення висловлювання Він потрапив у пастку, в залежності від обставин промовляння висловлювання.

Бувають обставини, коли «те, що імплікується» зумовлюється конвенційним значенням слів, які використовуються у висловлюванні. Розглянемо приклад із повідомленням Він Англієць і до того ж він хоробрий. Якщо знати значення слів у висловлюванні, можна стверджувати, що мовець вказує на залежність властивості бути хоробрим від властивості бути англійцем. Хоча мовець міг і не мати на меті стверджувати цю залежність. Вона вказується, а отже імплікується. Отже, деякі імплікатури слід вважати конвенційними.

Існує клас імплікатур, які є не конвенційними, і які Грайс називає імплікатурами спілкування. В свою чергу, імплікатури спілкування поділяють на узагальнені та індивідуальні.

Існує різновид імплікатур, які залишаються постійними, незважаючи на контекст висловлювання.

Розглянемо приклад: (і) Біл зайшов ввечері в дім і побачив черепаху біля вхідних дверей.

Висловлювання (і) провокує появу імплікатури спілкування, яка сповіщає, що Біл зайшов у чужий дім. Адже, якби він зайшов до себе, він

би використав інше слово – зайти до дому. Таким чином, імплікатура з’явилась завдяки застосуванню слова зайти в дім. (ii) Минулого вечора я гуляв з жінкою.

Імплікатурою в прикладі (ii) будемо вважати те, що мовець вчора гуляв не зі своєю дружиною. Імплікатура з’являється через застосування слова жінка. Хоча для української мови цей приклад не є настільки очевидним.

Імплікатури такого типу залишаються незмінними за будь-яких обставин промовляння висловлювання. Такі імплікатури називають узагальненими імплікатурами. Протилежними до узагальнених є інший вид імплікатур, який має назву індивідуальні. Індивідуальні імплікатури виникають за специфічних обставин. Наприклад, уявімо ситуацію, коли хтось запитує: «Чи прийняли Вашу наукову статтю до друку?».

На що мовець відповідає, що «Вони перевищили обсяг двох сторінок». Індивідуальною імплікатурою буде: «Статтю не прийняли до друку». Але виникне ця імплікатура лише тоді, коли до комунікації залучена специфічна інформація стосовно вимог до оформлення наукових статей.

Також, виділяють специфічний клас імплікатур, які мають назву скалярні імплікатури. Для багатьох дослідників в галузі логічної прагматики ядром теорії Грайса є перша субмаксима максими Кількості (говори настільки інформативно, наскільки це потрібно). Цю субмаксиму систематично використовують для отримання верхнього обмеження узагальнених (generalized) імплікатур спілкування, пов’язаних із скалярними величинами.

Сер Вілям Хемільтон розрізняв два значення слова деякі: невизначене (indefinite) – лише деякі, та напіввизначене (semi-definite) – деякі, але не всі.

Наприклад, якщо хтось промовить, що «я бачив деяких з ваших дітей», то ми можемо сміливо висновувати інформацію про те, що мовець не бачив всіх дітей. До такого висновку ми можемо прийти завдяки припущенню, що мовець прагне бути кооперативним і виконує максимум кількості. Адже якщо він бачив усіх дітей, то виходячи із установки говорити настільки інформативно, наскільки це потрібно, він мав би сказати, що бачив всіх дітей. Не можна говорити про те, що подібне висновування є логічним. Адже із речення «я бачив декількох дітей» логічно не випливає, що «я не бачив всіх дітей». Скоріше за все речення «я не бачив всіх дітей» слід вважати імплікатурою. Маємо схожу ситуацію і в іншому прикладі. Якщо мовець сказав, що об'єкт А має скоріше властивість Б, аніж властивість В, то можемо припустити, що мовець мав на увазі, що об'єкт А не має властивість Б і властивість В одночасно.

Очевидно маємо тут специфічний вид висновування, який не є логічним, але схожий на висновування, що характерне для імплікатур спілкування.

Хорн і Газдар намагалися показати, що у природній мові ми можемо знайти такі поняття, які утворюють своєрідну шкалу. Лінгвістична шкала – це система лексичних висловлювань, які належать до таких самих граматичних категорій, які можуть бути отримані у відповідному порядку до їх інформативності, або семантичної сили.

Шкала має вигляд визначеної сітки скалярних предикатів $\langle i_1, i_2, i_3 \dots i_n \rangle$. Шкала побудована за принципом семантичного відношення між предикатами: із i_1 слідує i_2 , із i_2 слідує i_3 і т.д., але не навпаки. Наведемо декілька прикладів такої шкали: \langle всі, більшість, багато, деякі, лише деякі \rangle ; \langle і, або \rangle ; \langle відмінно, добре \rangle ; \langle гаряче, тепло \rangle ; \langle завжди, часто, іноді \rangle ; \langle знаю, вірю \rangle .

Відповідно до цього, висловлювання «Всі лінгвісти люблять морозиво» імплікує, що «Деякі лінгвісти люблять морозиво». І якщо

висловлювання має значення істина, то і імплікатура буде набувати значення істина.

З цього випливає ще один важливий висновок: що коли мовець сповіщає щось про більш низький або слабший скалярний предикат, він тим самим він імплікує, що він не зможе використувати більш сильний предикат.

Коли мовець промовляє, що «Деякі лінгвісти люблять морозиво», тим самим він імплікує, що він не знає, чи всі лінгвісти люблять морозиво. Щоб довести, що це є дійсно специфічним типом імплікатури, який має назву скалярної імплікатури, необхідно звернутися до самого Грайса. Науковець називав імплікатуру не істино-функціональним компонентом висловлювання, який виникає на базі принципу Кооперації та максимуму спілкування.

Якщо мовець промовляє що p : існує висловлювання q , яке є більш інформативним ніж p (із q слідує p), висловлювання q не є довшим або більш складним (в цьому випадку воно було б відкинута задля збереження маскими способу дії – «будь лаконічним»). Проте мовець обирає висловлювання p , порушуючи при цьому максимум Кількості, адже p є недостатньо інформативним.

Припускаючи, що мовець прагне бути кооперативним ми робимо висновок про те, що мовець точно не знає, чи висловлювання q є істинним. І щоб не порушити максимуму Якості і не сказати те, істинність чого недоведена, мовець обирає більш спокійне висловлювання p .

Скалярні імплікатури, які базуються на максимумі Кількості, запрошують слухача висновувати із проголошеного висловлювання деякі, імплікатуру не всі, виходячи із переконання, або скритого значення, що мовець не застосовує більш сильну пропозицію. Іншим інтуїтивним поясненням скалярних імплікатур може слугувати ідея, що скалярні імплікатури або скалярні пропозиції мають верхню і нижню межу. Нижня

межа логічно впливає із проголошеного скалярного предиката, у той час як верхня межа імплікується. Ми говоримо про те, що верхня межа імплікується через те, що така інференція має властивість бути скасованою і продукується дотриманням, або недотриманням максими Кількості.

Скалярні імплікатури – важливий момент аналізу лексичного значення висловлювання. Вони дозволяють розглядати головне, центральне значення слова, яке потім стає основою для продукування різних імплікатур та великою варіативності різних смислів. Проте вчення про скалярні імплікатури теж має певні труднощі. Розглянемо приклад: «Якщо ти зробиш прибирання у кімнаті, ти зможеш піти у кіно». Із цього випливає, що «Ти підеш у кіно тоді і тільки тоді, коли зробиш прибирання у кімнаті». Відношення між «if» та «iff» можна показати за рахунок шкали $\langle \text{iff}, \text{if} \rangle$. Таким чином було б природно припустити, що існує референція між «if» до «not iff».

Хоча раніше було показано, що імплікатура діє зазвичай тільки у протилежному напрямку.

Хорн у своїх дослідженнях пішов далі і запропонував відкинути максимум Кількості. Виходячи із принципу економії лінгвістичної інформації цілком достатньо не чотирьох максимум спілкування, а двох: Q – принцип, та R – принцип.

Q – принцип – це нижня межа, яка гарантує збереження інформативності контенту. Вона має визначення: «Говори стільки інформації, скільки можеш» (say as much as you can). В цьому принципі поєднана максима Кількості і декілька субмаксим способу дії. цей принцип покликаний продукувати верхні імплікати.

R – Принцип покликаний мінімізувати висловлювання і має наступне визначення: «Говори стільки, скільки потрібно» (say as much as you must). В ньому поєднані максима Релевантності, Кількості та деякі

субмасими способу дії. цей принцип покликаний продукувати нижні імплікати.

Імплікатури, що базуються на Q – принципі, вираховуються за рахунок інформації, яка б мала бути проголошеною, але яка за певних обставин проголошеною не була. В такій ситуації слухач розпізнає помилку мовця, який не використав більш інформативне висловлювання, і прийшов до висновку, що мовець навмисно не застосував більш інформативне висловлювання, або був не в змозі це зробити.

R – Принцип має більше відношення до соціальних переконань, аніж до лінгвістичних правил. Зазвичай такі імплікатури репрезентовані у непрямій мові (ефімізмах).

Принцип Кооперації.

Імплікатури спілкування ґрунтуються на базовому принципі людської комунікації. Для Грайса комунікація – це вияв раціональної поведінки суб'єктів, що в ній задіяні. Наше спілкування не складається із множини не пов'язаних між собою ремарок, а навпаки, потребує від учасників комунікації докладання певних кооперативних зусиль. Кожен учасник комунікації має діяти відповідно до визначеної мети комунікації. ця мета може виявитись на початку розмови, або ж впливати впродовж самого процесу спілкування. Із цих припущень можна вивести загальний принцип людської комунікації, який Грайс називає Принципом Кооперації. Принцип Кооперації можна виразити таким чином: «Твій комунікативний вклад на даному кроці діалогу має бути таким, якого вимагає спільно прийнята мета (напрям) цього діалогу».

Із принципу Кооперації випливають максими Грайса, які стають своєрідними постулатами комунікативного процесу. ці постулати розподілені на чотири групи: 1) максими кількості (Quantity); Максима кількості відноситься до кількості інформації, яка промовляється. З неї можна вивести наступні твердження: - говори настільки інформативно,

наскільки це потрібно; - не кажи більш інформативно, ніж цього потребує ситуація. 2) якості (Quality); Категорія якості має «супермаксиму»: «Намагайся зробити своє твердження істинним». Далі ця максима доповнюється двома положеннями: - Не говори того, що вважаєш хибним; - Не говори того, у чому сумніваєшся. 3) відношення (Relation); З максимою відношення пов'язаний лише один постулат – постулат релевантності. Іншими словами його можна виразити так: «Говори те, що має відношення до справи». 4) та способу дії .

Максима способу дії, яка має певні відмінності у порівнянні із попередніми максимами. Максима способу дії має відношення не до того, що промовляється, а до того, як промовляється. Тут теж існує певна «супермаксима»: «Висловлюйся ясно». Далі Грайс наводить чотири положення: - «Уникай незрозумілих висловлювань; - «Уникай неоднозначності»; - «Будь лаконічним (уникай зайвих слів)»; - «Будь організованим».

На цьому перелік максим не вичерпується. Для Грайса є очевидним, що існує множина інших максим, які мають естетичний, соціальний чи етичний характер.

Наприклад, має існувати максима ввічливості, яка також може породжувати неконвенційні імплікатури в процесі людської комунікації.

Г. Ліч запропонував заповнити прогалину у дослідженнях Грайса стосовно кількості максим спілкування, що обслуговують Принцип Кооперації.

Він прийшов до висновку, що іншим постулатом комунікативного процесу, або максимою спілкування, може стати окрема максима ввічливості, яка у свою чергу породжує множину інших максим.

Таким чином, на рівні із грайсівським Принципом Кооперації він запропонував розглядати незалежний принцип ввічливості (PP), який має негативне та позитивне визначення: «Применшуй вираження невічливих

переконань», та «Примножуй вираження ввічливих переконань». Очевидно, що негативне визначення має більшу важливість. Із принципу ввічливості можливо вивести низку специфічних максим, що опікуються радше не змістом промовленого висловлювання, а самим фактом його промовляння. До таких специфічних максим можна віднести максими такту, великодушності, звеличення, скромності, згоди, симпатії, послужливості.

Також Ліч запропонував різного роду шкали: ціни/ прибутку, авторитету/соціальної дистанції. Виходячи із цих шкал можливо аналізувати різні ступені ввічливості.

Адже мовець подекуди може іти в розріз (наказ), збігатися (пропозиція), перебувати у конфлікті (загроза) або навіть бути байдужим (нейтральне висловлювання) до довгострокового загальнолюдського договору по підтримуванні ввічливості та уникненню тертя.

Комунікативні максими слід розглядати як певні раціональні очевидності, які працюють не тільки в сфері комунікації. Вони не мають строгого характеру. Ми не можемо розглядати їх в якості певного закону чи аксіоми.

Їх слід розглядати радше як загальні рекомендації.

Питання остаточного формулювання максим, або окреслення їх остаточного переліку, є відкритим. Так само відкритим є питання, на кшталт, як виходити із ситуації, коли застосування, або точніше, дотримання, різних максим призводить до появи багатьох варіантів того, що мовець мав на увазі.

Всі ці розвідки Грайса виникають в результаті його намагання надати найбільш логічного і зрозумілого пояснення механізму висновування слухачем того, що мовець імплікував. Також максими дають відповідь на питання, яким чином мовець обирає що сказати, або

яким чином це сказати, щоб слухач міг його зрозуміти, тобто розпізнати те, що було імпліковано.

К. Бах пропонує розглядати максими як специфічного типу приписи, яких мовець прагне дотримуватись під час висловлювання того, що мовець мав на увазі. Тобто, коли виникає ситуація, що ці принципи втрачають свою силу, слухач розпочинає пошук найбільш вдалого варіанту інтерпретації висловлювання мовця. Бах пропонує замінити Принцип Кооперації Грайса на Комунікативне Припущення, що має більш «реалістичний» характер.

Комунікативне Припущення можна виразити наступним чином: «Коли люди спілкуються, можливо, що вони роблять це із комунікативною інтенцією, що можна розпізнати».

Наступні приклади ілюструють нам, яким чином слухачі можуть інтерпретувати факти порушення тих чи інших максим у висловлюваннях мовців. Слід зазначити, що навіть за ситуації, коли мовець промовляє інформацію, яка оцінюється як відверта нісенітниця, тобто наявне порушення першої максими Якості, мовець може мати на увазі щось інше. (i) «Дуже страшне кіно» - це найрозумніший фільм, який я бачив у своєму житті. (ii) Мені так подобалось грати у Твістер, що я міг це робити тижнями без відпочинку.

В прикладі (i) мовець відверто має на увазі протилежне від того, що промовляє насправді. У прикладі (ii) розуміємо, що мовець відверто перебільшує, і має на увазі спокійніше висловлювання, ніж він промовив.

Тобто нам відомо, що мовець не здатен фізично грати у Твістер протягом тижня без відпочинку.

Таким чином наявні різні способи виникнення імплікатур спілкування. По-перше, існують ситуації, коли мовець дотримується комунікаційних максим. За таких обставин виділяють негативний і позитивний етапи. На негативному етапі слухач схоплює відмінність між

тим, що було промовлено, і тим, що було промовлено буквально. Позитивний етап передбачає виведення слухачем значення мовця. Припустимо ситуацію, що на питання «Де у цьому місці можна смачно поїсти?» мовець проголосив наступне висловлювання: «За рогом є хороше місце, де дуже хороші власники». Ми припускаємо, що мовець прагнув бути кооперативним і не хотів ввести нас в оману. Ми також припускаємо, що він дотримувався, або, принаймні, намагався дотримуватися максимум спілкування. Таким чином ми можемо висновувати наступну імплікатуру спілкування: «За рогом є чудовий ресторан, з хорошим сервісом, і там можна смачно поїсти».

По-друге, імплікатури можуть бути утворені внаслідок невиконання максимум, як це було показано у попередніх прикладах. Припустимо, що А шукає магазин в незнайомому для себе місті. А зустрічає перехожого В і цікавиться у останнього про те, де ж можна знайти магазин.

У відповідь А чує приблизно таке висловлювання: «Десь у центрі». Можна зробити висновок, що В порушив максимум Кількості, оскільки цієї інформації не достатньо для того, щоб знайти магазин. Проте В може і не знати точне місцезнаходження магазину. І щоб не

порушити іншу максимум, а саме максимум Якості, він не надає достатньої інформації. Таким чином, порушуючи максимум Кількості В імплікує, що Він не впевнений де саме, але магазин точно знаходиться в центрі міста.

Підсумовуючі, слід зазначити, що доробок Грайса має важливе значення для розвитку багатьох теорій в галузі прагматики. Грайс виходить із припущення, що учасником комунікації неодмінно є раціональний суб'єкт.

Адже, за умови, що наше спілкування є простим процесом передачі інформації, що має хаотичний або випадковий характер, втрачається будь-який сенс у намаганні надати цьому процесу наукового пояснення.

Якщо ж наша комунікація є проявом раціональної поведінки суб'єктів, то можна визначити та описати деякі головні принципи цього процесу. Для Грайса головним принципом людського спілкування є Принцип Кооперації. його визначення має наступний вигляд: «Твій комунікативний вклад на даному кроці діалогу має бути таким, якого вимагає спільно прийнята мета (напря́м) цього діалогу».

Отже, комунікація – це прояв раціонального обміну інформації між учасниками, який існує задля досягнення деякої спільно прийнятої мети. Із Принципу Кооперації слідуєть максими. Грайс зупиняється на розгляді чотирьох максимум спілкування, а саме максимуми кількості, якості, релевантності та способу дії. Слід розуміти, що на цьому перелік максимум не завершується. Адже максимуми покликанні спрямовувати та впливати на процес комунікації. І слід розуміти, що існує безліч нюансів та факторів, які мають достатню силу для того, щоб впливати на комунікації. І всі ці фактори в певному сенсі можна розглядати як максимуми нашого спілкування. Наприклад, етикет має прямий вплив на процес комунікації. Таким чином, можна сміливо казати про існування ще однієї максимуми, а саме максимуми Ввічливості.

Слід підкреслити, що максимуми не можна розглядати в якості строгих норм та правил. Більш доречно провести паралель із дороговказом, який скоріше спрямовує, а не впливає на процес комунікації.

Термін «імплікатура» відсилає дослідників до таких ситуації, коли мовець сповіщає одну інформацію, але насправді хоче сказати щось іще, щось більше за те, що буквально означають його слова. Імплікатурою слід вважати компонент висловлювання, який імплікується мовцем у висловлювання, і який прямо не слідує із конвенційного значення слів, використаних у цьому висловлюванні. Таким чином маємо два рівня значення: конвенційне значення висловлювання і значення мовця.

Значення мовця в теорії Грайса представлене: «тим, що було сказано», і «тим, що було імпліковано». «Те, що було імпліковано» у свою чергу слід поділяти на «те, що було імпліковано конвенційно», і «те, що було імпліковано неконвенційно». І, зрештою, «те, що було імпліковано неконвенційно» (імплікатура спілкування), має бути розділено на узагальнені і індивідуальні імплікатури спілкування.

Тема 10. Диференціація мовленнєвих актів комплементу, похвали і лестощів

Компліменти виражають позитивну оцінку, що загалом відбувається в щоденних розмовах серед комунікантів рівних за статусом, або ж звучить з уст когось, хто є вищим за статусом. Шляхом обміну компліментами створюється атмосфера довіри, коли один із партнерів може бути впевненим в іншому.

Конвенції обміну дають учасникам спілкування схему інтерпретації соціальних позицій, дій та інтенцій. Таким чином поведінка партнерів стає прогнозованою і передбачуваною. Компліменти використовують для того, щоб розпочинати розмову, або ж вирівнювати хід розмови між комунікантами. Найчастіше стимулом для компліменту є внутрішній світ адресата, зовнішність, позитивні риси характеру, професійні або ж високі моральні якості співрозмовника, його досягнення, а також, значно рідше, власність.

В теорії П. Браун і С. Левінсона висловлювання компліменту та похвали розглядається як “позитивна стратегія ввічливості” .

Коли йдеться про похвалу, то оцінюють заслуги, досягнення, які є результатом зусиль адресата, тобто похвала є близькою до очікуваного результату, натомість комплімент включає ситуативну оцінку .

У випадку похвали також важливими є як статус комунікантів (похвалу зазвичай робить співрозмовник вищий за статусом), так і ступінь

перебільшення.

Похвалу також характеризують експліцитність та конкретний адресант. Що ж до лестощів, то їх мотивом є досягнення адресантом вигоди. Адресант у цьому випадку не є щирим. Коли адресант лестить співрозмовнику, він намагається видати лестощі за похвалу чи комплімент. До невіршених раніше питань зазначеної проблеми належить питання мовних засобів вираження мовленнєвих актів компліменту, похвали та лестощів.

Незважаючи на ряд визначень компліменту чи похвали як мовленнєвих актів, досі відсутній аналіз власне засобів, за допомогою яких вони знаходять своє мовне вираження. Короткий огляд в плані частиномовного характеру подає Н. Трофимова, зазначаючи, що у функції предикативного прикметника для вираження компліменту найчастіше трапляються прикметники “nice”, “good”, “beautiful”, “pretty”, “great”. Проте реверсний спосіб аналізу “від форми до понятійного наповнення” належним чином не здійснювався.

До інтенцій, які експліцитно виражає комплімент належать : а) вияв захоплення: – Why are you looking so lovely tonight?; б) визнання професійних якостей, досягнень: – He’s always so much more aware of what he’s doing than you think. В даному випадку мова йде про відомого художника. в) бажання мовця позитивно вплинути на адресата, підбадьорити його, спонукати продовжувати розпочату справу. Так, намагаючись переконати дружину, що їй слід продовжувати писати оповідання, чоловік робить комплімент стосовно вже написаних робіт. При цьому він намагається не перебільшувати їхніх позитивних сторін, щоб його слова не виглядали як лестощі. – I think these are quite good, Brooks says finally. They certainly need a little polishing, and I’m not sure of the plausability of either ending < ...> but – yes, they’re definitely worth working on, I’d say.

Ті емоції, що їх відчуває мовець, роблячи комплімент слухачеві, підсилюються за допомогою різних інтенсифікаторів. – You look nice today. < ...> I mean extra nice. В даному висловлюванні юнак хоче підкреслити, що дівчина, яка йому подобається, дуже гарно виглядає на момент, коли їй роблять комплімент.

Ті ж відчуття опановують співрозмовника в момент, коли він висловлює компліменти стосовно людини, в яку закоханий. – It (Your hair) looks so shiny... – It (your hair) looks very soft . – Oh, how charmingly you get angry, she said. – I wish I had that faculty .

В даному випадку, забарвлене легкою іронією захоплення щодо здатності сердитися, підсилюється вживанням вигуку.

У разі висловлення компліменту велике значення має статус слухача і мовця. Комплімент здебільшого висловлює людина вища або рівна за статусом. У такому випадку оцінка компліменту є позитивною. Якщо ж комплімент висловив комуніканти нижчий за статусом, реакція може бути неоднозначною. Якщо статус співрозмовників є однаковим, то реакція слухача зазвичай є позитивною, ввічливою, з імпліцитним бажанням зменшити можливе перебільшення. – Hulloa, Julia, what’s the matter with you tonight? Gosh, you look swell. <...> – Why, you don’t look a day more than twenty-five”. – With a son of fifteen it’s no good pretending I’m so terribly young any more. I’m forty and I don’t care who knows it”.

Саме тому, що комплімент висловлює партнер актриси, виконавець головної чоловічої ролі у виставі, де вони разом грають, реакція актриси є цілком позитивною. Проте реакція є цілком іншою, якщо комплімент висловлює людина, яка за соціальним статусом є нижчою. У наведеній розмові – це масажистка акторки.

Реакція актриси є поблажливою, сповненою легкої іронії і загалом засвідчує, що такий комплімент не має для неї великої ваги. – When you came in just now, like a whirlwind, she (the masseuse) said, I thought you

looked twenty years younger, your eyes were shining something wonderful. – Oh, keep that for Mr. Gosselyn, Miss Philips. < ...> I feel like a two-year-old .
Компліменти щодо зовнішності частіше робляться чоловіками на адресу жінок. – In my life I have met only two Ponas, and both of you are very beautiful .

Похвалу визначаємо як експресивний мовленнєвий акт позитивної оцінки. Об'єктом похвали можуть бути моральні та інтелектуальні якості, вміння, вчинки, здобутки. Похвала здебільшого спрямована від людини вищої за статусом чи старшої за віком до молодшої чи нижчої за статусом. – I hope all this is not shocking you. – I'm delighted you're both so intelligent about him .

В розмові з двома студентками, викладач коледжу, ставши протягом кількох днів мимовільним спостерігачем непростого характеру відомого художника, в домі якого відбуваються події, запевнює їх, що вони поведуться дуже розумно, беручи до уваги богемний спосіб життя, до якого звик митець. Таким чином адресант висловлює свій емоційний стан, який полягає у визнанні дій об'єкта похвали позитивними.

Похвала як і комплімент є поліінтенційною. Поряд із бажанням заспокоїти і підбадьорити об'єкта-адресата, зберегти його "обличчя", інтенцією похвали може бути бажання захистити об'єкт похвали від можливих негативних висловлювань з боку адресата. Так, дружина лицаря, який закохався у принцесу іншого королівства, намагається пояснити його вчинки тим, що всі, в тому числі і її чоловік, вважали, що вона померла. – My dear, said the lady. He's been quite inconsolable. ... He thinks you're dead, he's been mad with grief... He was so unhappy.

Дружина стверджує, що її чоловік є невтішним, він збожеволів з горя. Для характеристики об'єкта похвали вживаються прикметники *inconsolable, mad with grief, unhappy*.

Лестощі. Лестячи співрозмовнику, мовець намагається

представити свої слова як похвалу чи комплімент, при цьому він є нещирим, бо намагається одержати вигоду від сказаного. Лестощі є способом маніпуляції та емоційного впливу. – You're everything in this world to me. You know that I'm so lonely and your friendship meant a great deal to me. I'm surrounded by hangers-on and parasites and I knew you were disinterested .

Так, відома актриса, намагаючись зберегти прихильність знайомого, пробує запевнити його, що вона дуже самотня, оскільки люди, які оточують її – це дармоїди та нахлібники, тоді як він – чи не єдина щира і незацікавлена особа. Сама вона насправді дуже добре розуміє, що це не так. Юнак не кохає її. Його приваблює її знаменитість та положення в суспільстві.

Аналіз мовленнєвих актів похвали, компліменту та лестощів, вираженого моделлю $V_{cop}+Adj$, засвідчує їх приналежність до класу експресивів – мовленнєвих актів, що виражають розуміння, співчуття, вибачення і спрямовані на зміну психологічного стану адресата. До найчастотніших прикметників, які є мовним вираженням компліменту, належать прикметники “ nice”, “ kind”, “ young”. Для вираження похвали часто вживаються багатоскладові прикметники, в основному не германського походження. Із погляду теорії ввічливості комплімент та похвала вважаються мовленнєвими актами, що “зберігають обличчя мовця”, тобто належать до стратегії позитивної ввічливості. Лестощі відносимо до стратегій негативної ввічливості, оскільки у випадку цього мовленнєвого акту адресант певною мірою возвеличує адресата.

Тема 9. Соціолінгвістичні ознаки українського національного дискурсу в умовах війни

Дискурс як феномен і прояв мовленнєвої культури чутливий до історичних, соціокультурних та психологічних факторів існування нації. Елементи національного дискурсу реалізуються у всіх сферах мовленнєвого життя суспільства, але найбільш доступними для визначення домінантних його ознак є, звичайно, медіа дискурс, політичний, рекламний дискурс. Тобто публічний дискурс, який може бути більш або менш конгруентним із дискурсом «життєвості», за Гуссерлем, з тим загальнонаціональним дискурсом, що підкоряється іншим правилам, ніж політичний, принаймні, в українському суспільстві. Аналіз у напрямку розбіжностей між офіційно прийнятими максимумами спілкування та комунікативним мисленням українців здатен продемонструвати стан суспільства з точки зору конгруентності національного дискурсу. Вивчення хоча б поверхових ознак національного дискурсу під впливом загальнонаціонального стресу, спричиненого повномасштабним російським вторгненням в Україну, здатне експлікувати психоемоційний стан суспільства, його ціннісні орієнтири і, відповідно, вектори трансформації колективної картини світу, ступінь можливості такої трансформації у контексті концептів «добročинність», «гідність», «демократія».

Феномен дискурсу активно вивчається вже скоро як століття, і українська гуманітарна наука має ґрунтовні дослідження. У сучасному дискурствознавстві його розглянуто у таких напрямках: загальна теорія дискурсу; методика дискурсивного аналізу ; типологія дискурсу. В сучасній лінгвістиці ще очікується вивчення складових, а головне механізмів існування, національного дискурсу як реалізації українського мовленнєвого менталітету і, ширше, як прояву колективної свідомості. Поняття конгруентності у вітчизняній лінгвістиці набуває все більш детального вивчення у царині когнітивної лінгвістики та лінгвосинергетики саме як можливість експлікації механізмів цілісності

тексту. Відносно конгруентності дискурсу, тим більше національного, поки що дослідницька робота не окреслена.

Інтенсивна модифікація українського національного дискурсу демонструє потребу такого дослідження. Саме конгруентність, узгодженість мовленнєвої поведінки на всіх рівнях функціонування комунікації з колективним світоглядом нації, відповідність слова справжнім, а не тим, що декларуються, цінностям суспільства, є не просто умовою гармонійного розвитку суспільства, здорового мислення, а ще й умовою перспективної реалізації національного менталітету в царині культури, освіти, науки, побуту, тобто в процесі самоідентифікації.

Мета дослідження. Визначити соціолінгвістичну природу механізмів, що змінили український національний дискурс в умовах війни. Розглянути ознаки трансформації дискурсу на рівні очевидних фактів, загально впізнаваних мовленнєвих жестів, задля розуміння механізмів лінгвістичної конгруентності та умов її втілення.

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну національний дискурс перш за все розширює межі дозволених, легітимних (відповідно, існуючих у колективній свідомості як конструктивних, правильних) вербальних і невербальних складових. Недозволене феноменально сприймається суспільством як позитивне явище, як ознака національного спротиву.

Схожа мовленнєва реакція сталася у 2014 році, коли український дискурс впустив елемент нелегітимного висловлювання, але дуже обережно, закодувавши його в аббревіатуру ПТН ПНХ.

Цей зухвалий мовленнєвий жест не прорвався у медіапростір, але набув національної конотації спротиву, став мовленнєвим кодом поряд з іншим: АТО.

У 2014 році неприпустимим було виконання міністром закордонних справ Дешицею А.Б. протестної пісні біля російського

посольства, це назвали інцидентом, що викликав міжна-родний резонанс. Але також відомо, який вплив мав цей сміли-вий комунікативний жест на протестувальників, які зібрались задля припинення підтримки росією терористів. Цей вчинок А.Б. Дециці продемонстрував єдність влади з народом через подолання меж офіційного дискурсу. Цей комунікативний вчинок сприяв тимчасовій конгруентності національного дискурсу. По суті, ця комунікативна ситуація закарбувалась у колективній пам'яті та, припустимо, набула статусу комунікативної моделі досягнення конгруентності.

Інтенція національного дискурсу після 24 лютого 2022 року не здатна була утримувати фортецю контенту узуальної комунікації. Публічний дискурс впускає висловлювання з іншого комунікативного контенту, знімаючи заборону нецензурної лексики, розриває сталий зв'язок у колективній свідомості між нормою мовленнєвої поведінки та наслідком її порушення.

Тобто у колективну свідомість вбудовується новий ланцюг значень: те, що апріорі оцінене негативно і є проявом гіршого у людині, раптом набуває іншого концептуального значення і є проявом найкращого у людині. Мається на увазі відповідь українських воїнів з острова Зміїний російському кораблю. У перші місяці війни українські міста були заповнені білбордами з цією відповіддю мовою оку-пантів, так само як і медіа контент. Вислів, що зазвичай сприймався як прояв агресивного мовлення з так званих нижніх регістрів свідомості, як амбівалентний жест протесту і зневаги до всього, що правильно і дозволено, вписався у національний дискурс як елемент вищого регістру свідомості (як прояв мужності та героїзму українських воїнів) і отримав феноменальну колективну підтримку.

За один день українці об'єднуються самим фактом погодження на легімітизацію асоціального мовленнєвого явища, тому що саме воно із

іншого дискурсивного простору, якому, напевне, більше довіряють у площині «свій – чужий». Офіційно-публічний дискурс, з його стереотипними структурами, мовленнєвими кліше, виконує свою конструктивну функцію, як і має бути. Але якщо недовіра суспільства відчувається як висока, і у неофіційному дискурсі загальними є висловлювання із семантикою «то все брехня», то збільшується дистанція між двома мовленнєвими процесами, відбувається дисбаланс у структурі національного дискурсу між тим, що і як суспільство вимовляє «на камеру», і тим, що і як говорить «без камери», а головне – між колективним світоглядом та публічним дискурсом. Приклад такого дисбалансу втілено у творі Василя Шкляра «Чорне сонце», де герої (українські хлопці воїни АТО) жартують над передбачуваними промовами українських політиків, стильові й змістовні кліше яких вже давно розгадано, вже давно десемантизовано політичні гучні заяви, тому що вони штучні, є проявом відсутності конгруентності у межах політичного дискурсу.

В Україні такий дисбаланс вже давно формує концепт опозиції «справжнього і несправжнього, фантомного» слова, який вбудовується у світоглядну картину світу як ознака норми. В українському суспільстві явище «брехні, профанації» у таких сферах, як освіта, наука, політика, реклама вже майже нікого не дивує. Воно вбудовано у «правильний», легітимний національний дискурс, недовіра до якого вже є частиною національної картини світу. До речі, художній дискурс намагається вийти за межі простору «фейка» вже достатньо давно, обираючи шлях до мовлення з «нижнього» регістру свідомості. Максимально голосно дає пролувати нелегітимній лексиці Лесь Подревлянський, створюючи мовленнєву опозицію дискурсу, що одягається у форму добродетельності та порядності, легітимності та узуальності. Але, на жаль, український художній дискурс був до цього часу нездатним вплинути на статус

концептів «брехня, профанація» у картині світу сучасного українця. Функціонування художнього дискурсу здебільше набувало стороннього існування у структурі національного дискурсу.

Саме у таких умовах висловлювання з нелегітимного дискурсу могло бути сприйнятим як національний спротив без профанації. Той факт, що медіапростір впустив нелегітимне мовлення у свої межі, свідчив про політичне рішення подолати дистанцію між комунікацією офіційно-публічною та неофіційною. У колективній свідомості відбулось начебто впізнавання елементу того мовлення, якого ще не торкнулась «профанація».

Відбулася суттєва трансформація національного дискурсу, у якому концепт «брехні, фейку» теж набуває зрушень у бік неприйняття. Зрозуміло, що такі мовленнєві стреси не можуть бути тривалими, щоб не призвести до серйозних деструктивних процесів. Тому українці зафіксували у площині максимів спілкування перифраз: «у напрямку російського корабля» або «за російським кораблем». Він набув відповідної легітимної контекстуальної значущості і функціонує як спосіб активізації ситуації мовленнєвого спротиву російській навалі. До речі, саме у такому статусі створено алузію: *Sometimes you just gotta know When to stick your middle finger up in the air* – у пісенній композиції гурту *Tvorchy*, яка буде представляти Україну на Євробаченні-2023.

Це про те, що у свідомості не тільки українців новий національний дискурс сприймається у контексті домінуючої функції – національного спротиву та єдності українців, тільки цей контекст виправдовує і наповнює новою семантикою елементи забороненого дискурсу.

Наступна ознака трансформації національного дискурсу також пов'язана з соціально-лінгвістичним явищем порушення норм правопису. У колективній свідомості зафіксовано негативну оцінку орфографічних помилок. Норми правопису майже «святиня» мови. Тому порушення їх

набуває максимальної значущості та сили впливу.

Про це також відомо у контексті художнього дискурсу, де недотримання здебільшого правил пунктуації перетворюється на художній прийом, переважно протестний, як наприклад у поезіях Ю. Іздрика. Це черговий намір художнього дискурсу подолати «маскарадність» офіційного мовлення. Чим активніше узуальність затверджує правила та норми, які не узгоджуються з колективною картиною світу, тим інтенсивніше спротив мистецтва, «живого» мислення, який реалізується через «мовленнєвий злочин» по відношенню до узуальності.

Відбувається феноменальне перетворення «мовленнєвого злочину» на комунікаційний жест спротиву, відповідно, оціночна координата змінює свій вектор: те, що безсумнівно негативно стає апріорі позитивно, лінгвістичне порушення модифікується у позитивно оцінену мовленнєву поведінку.

З початком війни українське суспільство погоджується з порушенням узуального правопису щодо деяких онімів. Назва країни, прізвище однієї людини викидаються з узусу, сприймаються за межею нормованого мовлення. Ми спостерігаємо унікальне явище: філософська, соціальна та психологічна складові мови демонструють свою природу, коли нелінгвістичні явища керують начебто ізоморфними нормами правопису.

Нас не так дивують випадки лексичної та стилістичної трансформації у структурі дискурсу під впливом нелінгвістичних феноменів: такий процес піддається експлікації і в науковому, і в побутовому мовленні, окрім того він динамічний, спонтанний, вочевидь мотивований. Але таке явище, як правопис, зазвичай набуває змін під впливом соціально-історичних чинників не спонтанно, не на очах суб'єктів комунікативної ситуації, як тепер. Тим більше значущим

усвідомлюється колективне спонтанне погодження порушувати узуальний правопис.

Цей мовленнєвий жест – відбиток загальнонаціональної інтенції: викреслити денотати «путін» та «росія» з простору української картини світу, мовленнєво помститися, виокремлюючи ці оніми за межі апріорі правильного. Такий підсвідомий колективний мовленнєвий жест більш валідний, ніж відверті висловлювання негативного змісту щодо особистості та країни, тому що він йде з простору безособової феноменологічної реальності. І як такий він починає керувати простором суб'єктивного висловлювання.

Доцільно розглянути випадки такої зміни у правописі щодо слова «Бог» з протилежної розглянутим випадкам мотивацією. Суспільство прийняло норму писати з великої літери «Бог» як результат тривалих обговорень у науковому середовищі, як втілення «нерадянських» векторів у колективній картині світу. Велика літера – це знак наближення слова до ціннісної парадигми колективного світосприйняття. Суспільство «отримує» новий узус зазвичай як науково мотивований, при цьому зазвичай не відбувається конотативного наповнення орфографічної зміни, як це відбувається зараз. Під час війни зміни відбуваються за іншим принципом. Спрацьовує колективна узгодженість в ціннісних акцентах, мовленнєвий національний спротив не потребує наукового обґрунтування модифікації узусу мови.

Ми спостерігаємо, як ця інтенція реалізується поза межами дискурсу, коли світ відмовляється від російського у площині культури, науки та спорту. Доцільно проаналізувати, як трансформується національний дискурс українського суспільства коли демонтуються пам'ятники російським письменникам.

Пантеон російських прізвищ: Пушкін, Горький, Ломоносов – вийшли із узуального семантичного поля, де вони існували не стільки як

власні імена людей, скільки як назви вулиць і проспектів, і як такі десемантувалися, особливо у свідомості молодшого покоління. У структурі національного дискурсу вони настільки ототожнилися з топонімами, що навіть не осмислювались як елементи російської експансії.

У 2014 році, коли українські міста звільняли від леніна, не виникало такої інтенції позбавитися від всього російського, тому що на той момент важливо було очиститися від всього радянського. Усвідомлення того, що простір української культури та свідомості був заповнений кодами російської культури задля формування колективної картини світу як частини російської, відбулося у повній мірі тільки тепер. Хоча люди, переважно старшого покоління, шоковані знесенням Пушкіна, мовляв: «У чому він винен?» Таке запитання можливе при умові, що власна назва ще сприймається у семантичному полі прізвищ, а не топонімів, тим більше не у полі, більш широкому за лексико-семантичне, а саме, ментальному, де воно набуває статусу культурного коду, який був використаний у якості зброї проти української культури. У час, коли молоде покоління вже інформаційно далеке від цих імен, валідність таких засобів експансії тяжіє до мінімуму. Під час активації національної свідомості російські коди зазвичай сприймаються як інформаційне сміття.

Очищення національного дискурсу від російських цінностей не супроводжується агресивним мовленням щодо персоналій. Іntenція цієї події – відновити конгруентний простір національної картини світу, тобто узгодити колективне світосприйняття з національно-культурними кодами, що надає можливість сформуватися новому національному дискурсу з ознаками конгруентності, відповідно, валідного, з високим ступенем потенціалу розвитку нової парадигми національних цінностей, ядром якої мають бути концепти з моральної площини: «щирість», «доброчесність»,

із соціокультурної: «само- бутність», «гордість бути українцем», та соціально-політичної: «незалежність», «демократія», «євроінтеграція». Конгруентність – це ознака щодо «справжності», колективної довіри до мовлення як офіційного, так і побутового.

Наступною ознакою трансформації національного дискурсу, яка стала очевидною всім учасникам медіапростору, – зміна парадигми мовлення медіа контентів, суттєва модифікація і мовленнєвої поведінки, і максимум комунікації. Річ не про інформаційне наповнення контенту, а про ціннісні стратегії, які домінують в українському телебаченні в умовах війни. Сьогодні створюється позитивна конотація до всього українського різними засобами: суто лінгвістичними, фактологічними, комунікативно-інтонаційними, комунікативно-інтенційними.

Семантично і функціонально змінюється опозиція: МИ – ВОНИ. До 24 лютого 2022 року домінантним було протиставлення у межах українського політичного дискурсу: МИ та ВОНИ – це українці з різними політичними поглядами. Так у медіа просторі український політичний дискурс розгортав хвилі конфліктного мовлення, які розбурювали суспільство і створювали картину вкрай конфліктної та неспроможної політики в Україні. У свою чергу, неофіційний дискурс був сконцентрований на протистоянні МИ – ВОНИ в іншому лексико-семантичному полі: ВОНИ – це можновладці, політики, а МИ – спостерігачі їхнього комунікативного шоу. Ця опозиція настільки вкоренилась у свідомості українців, що частково втратила свою валідність, тобто не мала енергії спонукати на протистояння брехні.

Саме усвідомлення неможливості подолати цей конфлікт було підґрунтям для впровадження в українську ментальність концепту «українське – недосконале». Незважаючи на рекламний слоган: «Обирай українське», що активно втілювався з 2014 року, ступінь задоволеності українським був незначним, судячи зі статистики бажаючих емігрувати або навчатися

та лікуватися за межами України.

Сьогодні медіапростір реалізує лексико-семантичне поле МИ – ВОНИ у значенні: МИ – українці, що пишаються українським, ВОНИ – рашисти, колаборанти, що паплюжать засади гуманізму та людяності. Ця опозиція вміть змінила ставлення до українського, знищила статус домінуючого концепта «українське – неякісне» (про це свідчить хоча б прагнення багатьох українців нарешті вивчити рідну мову).

Ознаки національного дискурсу можуть бути предметом ґрунтовних досліджень у царині соціолінгвістики, лінгвосинергетики, когнітивної лінгвістики задля розуміння принципів та законів функціонування суспільства, його мовленнєвого менталітету, ціннісних орієнтирів. Але навіть аналіз поверхових проявів національного дискурсу дає можливість оцінити стан колективної свідомості щодо сприйняття історичних подій. Окрім того українське сьогодення демонструє механізми психолінгвістичних перетворень у парадигмі цінностей, коли мовленнєвий вчинок з позитивною конотацією реалізується через порушення узуальних мовленнєвих явищ. Це свідчить про те, що українське суспільство, сконцентроване та об'єднане, породжує енергійний конгруентний національний дискурс, домінуючий концепт якого є «українське – гідне поваги та пошани».

Тема 10. Академічна лекція як різновид гуманітарного дискурсу: когнітивно-прагматичний аспект

Сучасна парадигма лінгвістичних досліджень передбачає аналіз мовлення за критеріями значущості (Ф.де Сосюр), впливовості, енергійності (Ф. Бацевич) висловлювання. Зрозуміло, що чіткий термінологічний апарат у сучасному когнітивно-прагматичному мовознавстві ще не достатньо чіткий. І методологія пошуків у парадигмі сучасної лінгвістики не завжди обґрунтована. Однак науковці прагнуть

дослідити детермінованість мовлення соціально-культурними, індивідуально-психологічними чинниками, мовленнєві механізми впливовості ефективної комунікації, динаміку мови як феномену, що має природу самоорганізації, взаємообумовленість свідомості й мови.

Дослідження дискурсу в царині гуманітарних наук, зокрема лекції як різновиду академічної комунікації, здатне продемонструвати, як модифікується академічне мовлення в умовах інформаційної доступності й відкритості. Лекція як дискурс – це своєрідний часопростір впливового мовлення, джерелом якого є імпліцитний текст, що розгортається перед учасниками комунікації. Які мовленнєві елементи формують структуру такого феномену як лекційний дискурс і як модифікується їхнє значення – це питання, що окреслюють проблеми вивчення лекції як різновиду наукової комунікації. Відомо, що у сучасному освітньому процесі доцільність лекційних занять неодноразово була під сумнівом, оскільки для здобувачів освіти відкрита майже вся фактична інформація, і лекція як джерело інформації, навіть узагальненої або класифікованої, дійсно, не актуальна. Обмін фактажем, особливо в царині гуманітарних наук, функціонує задля ознайомлення здобувачів освіти з певними базами інформації. Цього недостатньо для існування лекції як дискурсу, відповідно, як висловлювання, що «має значення та справляє якийсь вплив» (Фуко). Щоб лекція стала дискурсом вона має спиратися на процес цілевизначення, як організуючий вектор дискурсивного мовлення. Саме цілевизначення має бути ознакою впливового наукового дискурсу, яка функціонує як головна умова і комунікативного контакту між учасниками, і як умова цілісності дискурсу, і як умова його етичності. Які лінгвістичні, структурні елементи демонструють таку цілевизначеність – саме це питання окреслює коло лінгвістичних пошуків.

Сучасні дослідження лекції як наукового жанру відбуваються переважно у царині педагогічних наук у методологічному аспекті .

Лінгвістичними дослідженнями лекції як жанру і як різновиду дискурсу займається В. Малавська. Її пошуки направлено на зіставлення лекції з іншими науковими жанрами, з визначенням структурних особливостей лекції як дискурсу. Серед українських науковців комунікативно-прагматичний аспект вивчення лекції недостатньо актуалізований. Т. Качак вивчала жанрові особливості лекції у діахронічному аспекті. Саме лінгвістичний аспект вивчення лекції представлено у роботах Л. Рябих [4], науковець акцентує метакомунікативні висловлювання у структурі англомовної академічної лекції.

Говорячи про статус гуманітарної науки, ми пам'ятаємо, що довгий час гуманітарна сфера завойовувала статус науки серед точних технічних та природознавчих наук. З періоду європейського Просвітництва гуманітарні дисципліни вважались рефлексіями, оскільки не мали можливості спиратися на досвід як єдиний аргумент об'єктивності. У ХХ–ХХІ століттях відбувається інтеграція природознавства, математики, філософії та філології.

Причини і наслідки цього процесу свідчать про розвиток інтегрального колективного мислення людства, прагнення розкрити загальні закони у структурі будь-якого феномену світу. Так виникає, наприклад, лінгвосинергетика. Слід згадати, що у ХХ столітті висувається гіпотеза про домінування інтуїції навіть у точних науках, відповідно про доцільність відмовитися від панування дедуктивного обґрунтування теорій. А. Ейнштейн стверджує в «Еволюції фізики»: «Ми повинні визнати, що логічна основа все більше і більше віддаляється від даних досвіду».

Прагнення завоювати статус наукового призвело гуманітарний дискурс до певних мовленнєвих модифікацій. Одна з них на поверхні вимог: модуль наративу в напрямку окреслення безособового погляду на об'єкт дослідження. Априорі науковий стиль асоціюється з нівелюванням

елементів суб'єктивного або емоційного мовлення: від особових дієслівних форм до модальних словосполучень щодо окреслення суб'єктивного джерела розвитку гіпотези та аргументів.

Така стилістична ознака спирається на моделі наукового мислення, обумовлена прагматикою наукового дискурсу. Будь-який функціональний стиль є результатом певного модуля мислення.

Точні науки набувають значущості в силу встановлення доказових закономірностей. Дослідження відбувається у площині концептуальних запитань: що є чим?, що як функціонує?, що з чим і як взаємопов'язане?

Відповіді не передбачають суб'єктивного втручання, якщо мова стосується, наприклад, біології, хімії чи фізики. Цінність відповідей в експериментально доказовій об'єктивності, де суб'єктивне Я дослідника залишається на, скажімо, перших сходинках наукових пошуків розв'язання задачі, і як таке не є значущим для адресатів. У контексті точних наук модуль наукової комунікації у напрямку до безособовості та термінологічної визначеності обумовлений і прагматикою повідомлення, і предметом/об'єктом дослідження, і метою/завданням. Науковий стиль, вербальні засоби мовлення є наслідком певних фреймів наукового мислення, а не навпаки.

Але сьогодення демонструє стійку тенденцію до зворотного сприйняття такої залежності: науковий стиль розглядається як стійка структура, порушення якої означає вихід за межі наукового дискурсу, незважаючи на якість та значущість отриманих результатів.

Складається враження, наче головною ознакою наукового дискурсу стає стилістична складова, а не модальність мислення, не предмет дослідження й способи його пізнання. Однак зіставлення наукової комунікації в історичному аспекті демонструє певну закономірність у модифікації наукового стилю, тим більше щодо гуманітарного дискурсу.

З методологічної точки зору, наукова комунікація має обмежуватись

чіткими стилістичними нормами, що гарантує певний вербальний порядок, і термінологічний у тому числі. Однак у структурі гуманітарного дискурсу статус об'єктивності, істинності результатів дослідження апріорі не можливі, навіть у випадку експериментів, наприклад, у сфері комунікативної лінгвістики. Сучасні дослідження спираються на принцип множинної інтерпретації істини. Відповідно, нівелювання вербальних ознак авторської присутності в структурі гуманітарного наукового дискурсу не є виправданим, хоча б тому, що авторське мислення є неодмінно частиною наукового дослідження як когнітивний простір. Будь-який гуманітарний науковий дискурс імпліцитно має ознаки метамови, що описує людські когнітивні можливості, способи занурення в проблему та шляхи вербалізації мислетворчого процесу.

Елементи суб'єктивності в такій комунікації обумовлені тим, що критерієм цінності гуманітарних наукових здобутків є не стільки аргументовані гіпотези, скільки глибина занурення у феномен онтології явищ та речей, ступінь осмислення їх у процесі руху від хаосу до порядку, і навпаки, тобто в процесі їхньої самоорганізації. Істини гуманітарної науки не можуть фіксуватися як закони, підтверджені експериментом та зафіксовані у математичних формулах. Наприклад, коли у літературознавстві намагались математичними методами прорахувати поетичний метр, при цьому було проведено неймовірно великі за обсягом підрахунки, класифікації, типологізації і таке інше, але поетичного змісту це не торкнулось зовсім. Тобто дослідження втратило об'єкт, дійшло до незначущих для людства висновків, прагматично порожніх, але підтверджених об'єктивною статистикою.

Стильові домінанти гуманітарного наукового дискурсу обумовлені прагматикою в царині гуманітарної науки. А саме глибиною впливу на колективну або індивідуальну свідомість. З точки зору психолінгвістики, вплив наукової комунікації можливий тільки при умові енергійного

висловлювання. Що наповнює слово енергією, робить його впливовим, яким має бути будь-яке дискурсивне висловлювання? Перш за все, це слово, наповнене мисленням із особового простору, тобто інформаційного поля з людським обличчям, аж ніяк не із безособового МИ. Демонстрація авторського мислення, емпатії до об'єкту дослідження вербалізуються в Я автора, в риторичних запитаннях, у конотаціях, тобто в елементах суб'єктивно зорієнтованого мовлення. Так звані дискурсивні маркери суб'єктивного мовлення в науковому жанрі, або метакомунікативні висловлювання в структурі академічного дискурсу функціонують як способи встановлення контакту, активізації уваги, стимулювання мислення, окрім того вони виконують фатичну комунікативну функцію. Типологію метатекстових елементів наводить Рябих Л.М., вивчаючи метакомунікативні висловлювання в англomовній академічній лекції, такі як: метаплеоназми (well, so, okay, all right), конотативи (Good morning! How are you guys?), атрактиви-метаорганізатори (I want to start today with some stories, Now, I'm going to ask you this question) і таке інше .

Вивчення комунікативно-прагматичного аспекту метакомунікативних елементів здатне продемонструвати ступінь їхньої впливовості на учасників лекційного дискурсу, а головне, ступінь гнучкості жанрових меж лекції щодо периферійної відносно наукової лексики. Зрозуміло, що у структурі лекційного тексту метакомунікативні елементи функціонують як способи встановити оптимальну комунікативну дистанцію між учасниками дискурсивної події щодо ефективного впливу на слухачів. Метаплеоназми, змістовні та атрактивні метаорганізатори, інхоативи та контактиви створюють певний континіум для реалізації лекційного дискурсу як інтерактивної події, що актуалізує суб'єктність учасників процесу.

Але ці елементи, звісно, не гарантують ефективного впливу, вони не є запорукою ефективного наукового мовлення. Якщо їхню доцільність не

обґрунтовано ситуацією, вони здатні набути негативного прагматичного значення. Відомо, що все зайве є нестерпним. у царині дискурсології залишається відкритим питання про критерії визначення оптимального обсягу метакомунікативних елементів та їхнього семантико-стилістичного маркування.

Є ще суттєва проблема щодо функціонування метакомунікативних елементів: вони здатні десемантизуватися як будь-яка повторювальна мовленнєва одиниця, відповідно, набувати виключно фатичного значення, вбудовуючись у структуру дискурсу як жанрово-обмежувальні десемантизовані елементи. У такому випадку мова не йде про суб'єктивізацію наукового мовлення.

Один із суттєвих комунікативно-прагматичних чинників суб'єктивізації академічного лекційного мовлення є, скажімо, апеляція до власного досвіду лектора. Визначимо цей структурний елемент дискурсу як певний мотив, який реалізується у певному модулі наративу. Лектор демонструє власний досвід пізнання як ретроспекцію алгоритму власного пошуку від невідомого до з'ясованого. Під час реалізації такого мотиву відновлюється мовлення у вимірі запитання-відповіді, актуалізується Я лектора, під'єднуються емотивні елементи, синтаксично змінюється

мовлення: можливі повторення, нелогічна послідовність висловлювань, запитання до самого себе, незакінчені фрази і таке інше. Так реалізація мотиву експлікації власного досвіду відновлює процес психоемоційного стану лектора під час проведення дослідження.

Зрозуміло, що доцільність експлікації такого досвіду неочевидна у структурі академічного дискурсу. Вона навіть небезпечна, якщо мова йде про дотримання критеріїв якості лекційного дискурсу, оскільки здатна викликати негативну реакцію у слухачів, порушуючи оптимальну дистанцію між учасниками процесу. У мовленнєвому відтворенні власних пошуків лектор ризикує втратити комунікативний контакт, зайти у теми,

актуальні лише для нього, не дотриматись виправданого обсягу інформації. Демонстрація власне себе як особистості – це очевидно хибний шлях наукової комунікації, на відміну від демонстрації можливостей людського мислення, яке є загальнолюдською властивістю.

Важливо окреслити межі такого типу мовленнєвого мотиву. Визначити ці обмеження складно, враховуючі, що ми розглядаємо дискурсивний феномен, який не має чіткої сталої структури, на відміну від жанру. Але моделюючи більш вірогідні ситуації лекційного дискурсу, можна зазначити умови, при яких експлікація власного досвіду здатна до позитивного впливу на слухача. Головна з них стосується психолінгвістичних законів комунікації: будь-яка інформація має бути прагматично доцільною, і сприйматися як така. Обґрунтуванням суб'єктивного мовлення взагалі, експлікація власного досвіду зокрема, є розуміння, що суб'єктивний досвід є підґрунтям до моделювання когнітивного процесу. Мислення лектора, його суб'єктивний досвід пізнання, дослідження, його шлях до з'ясування проблеми, розв'язування задачі можуть бути актуалізовані саме як експлікація когнітивного скрипту, або сценарію, за яким розгортається структура пізнавальної діяльності.

Мовленнєві засоби: емотиви, синтаксичні порушення, риторичні питання, мовчання (анти- мовлення), вигуки та заперечення власного висловлювання через пошук більш вдалого – детермінуються наміром продемонструвати процес виходу із ситуації когнітивного дисонансу, процес народження мислеформи, особливо у царині антропологічних наук, наприклад, літературознавства.

Так, якщо лекційний дискурс відбувається у царині дисципліни «Історія світової літератури», то мотив експлікації власного прочитання доцільний як навігатор у пошуках наукової вербалізації власного сприйняття твору, як демонстрація

шляхів множинної інтерпретації тексту, яка виходить за межі індивідуального розуміння і набуває наукової значущості у контексті літературознавчих досліджень. Саме власний досвід лектора на шляху від знайомства з художнім текстом до осмислення його феномену в структурі колективної картини світу, шлях наукової вербалізації сприйняття тексту, взагалі, взаємодія з художнім текстом у літературознавчій парадигмі може бути цінним і впливовим чинником лекційного дискурсу. Цей мовленнєвий вчинок лектора набуває цінності саме тоді, коли заохочує слухачів до подібного пошуку, до самостійного заглиблення у простір художнього твору задля народження дискурсивного мовлення. Сьогодні показує проблему формування власного висловлювання, точніше, проблему тотального плагіату, або стереотипного висловлювання. Правила побудови тексту власного висловлювання, або плани для аналізу художнього тексту, поверхнєве вивчення основ класичної риторики (інвенції, диспозиції, елокуції) нічого спільного не мають з навчанням мислити і вербалізувати власне мислення.

Навіть зацікавлені у літературознавстві студенти, як правило, або не знають, як і що говорити про художній текст, або послуговуються стереотипними кліше, які використовують наче заготовлені висловлювання до будь-якого тексту. Це призводить до наповненості академічного мовлення десемантизованими висловлюваннями-кліше, до формування псевдотекстів, іноді побудованих за правилами академічної риторики, або псевдо-дискурсів, які не мають ознак конгруентності.

Конгруентність – ще один термін із царини психології, яким послуговуються сучасні мовознавці, щоб дослідити глибинну узгодженість структури дискурсу: на рівні свідомої та прихованої інтенції, на рівні презупозиції та семантики висловлювання. Відсутність конгруентності у структурі дискурсу призводить до його неефективності.

Метафорично цей процес можна назвати мовленнєвою деградацією,

коли в науковому дискурсі спостерігається переважно засміченість симулякрами, фантомними ствердженнями, мертвими словами. І це є ознакою гуманітарної катастрофи, подолати яку можливо живим значущим словом.

Ознаки живого висловлювання завжди очевидні під час комунікації, і вони не обумовлені так званою культурою мовлення або віртуозним володінням законами елокуції. Живе мовлення породжується живим мисленням.

І це майже стереотипне всім зрозуміле висловлювання потребує сьогодні наповнення енергією значущості. Для цього необхідно замінити метафоричне «живе» іншим детермінантом.

Ф.де Сосюр запропонував термін «значущий», Ф. Бацевич вживає термін «енергійний», тобто «впливовий». Питання: що є ознакою впливового, енергійного, значущого слова з точки зору комунікативної прагматики? Які є інструменти у межах лінгвістичної парадигми для відокремлення такої якості висловлювання як впливовість? Взагалі, чи це є проблема лінгвістики або психолінгвістики?

Напевне, ці питання стосуються більш широкої теми, ніж запропонована у даній роботі, але очевидно, що статус академічної лекції як гуманітарного дискурсу вирішується саме відповідями на ці гострі питання.

Висновки. Вимоги безособовості не є органічними для гуманітарного наукового дискурсу і часто унеможливають реалізацію комунікативно-прагматичних завдань гуманітарної науки.

Сучасна лекція має стати дискурсом, з ознаками конгруентної структури, відповідно, впливовим висловлюванням, цілеспрямованим на значущість вербалізації мислетворчого процесу. Це означає розширення стильових обмежень наукового академічного мовлення, його демократизація на рівні лексики та синтаксису.

Ознаки науковості в сучасній академічній комунікації все менше втілюються у стилістичних ознаках, актуалізуються саме у цілеспрямованості на впливовість, значущість висловлювання для реципієнта. Це елементи суб'єктивного чесного мовлення, доречні емотиви, насиченість запитаннями, демонстрацією відсутності відповіді взагалі або однозначної. Це автентичний для когнітивного процесу синтаксис, іноді з порушеннями узусу, направлений на зіставлення, на діалогічність навіть в межах монологу. Іntenція лекції – спонукання до занурення в мислетворчій процес, аж ніяк не ознайомлення з фактами. Вона вимагає порушення стильових домінант наукового тексту, порушення жанрових основ лекції.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Врабель Томаш. СЛОВОТВОРЧА ПРАГМАТИКА У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ. ЗУІ ім. Ф.Ракоці II – ТОВ «РІК-У» Берегове–Ужгород 2020. 236 с.
2. Мальцева В. В. Полідискурсивність як феномен конституювання художнього тексту (на матеріалі сучасної російської прози): Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Харків, 2020. 225 с.
3. Томчаковська Ю.О. ДИСКУРСОЛОГІЯ: НАПРЯМИ І ЗАВДАННЯ (теоретичний огляд). Записки з романо-германської філології. Випуск 1 (46). 2021. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2021.1\(46\)](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2021.1(46))
5. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. Київ, 2022. 392 с.
6. Шевченко І. С. Мішель Фуко і дискурсивна парадигма в лінгвістиці. Вісник Київського нац. лінгв. ун-ту. Серія Філологія. Київ, 2020. Т. 12, № 1. С. 44–49.

Навчальне видання

Москаленко Наталія Олександрівна

**ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВИХ АКТИВ: УМОВИ УСПІШНОГО
ДИСКУРСУ**

Методичні матеріали до лекційних занять з дисципліни «Теорія мовленнєвих актив: умови успішного дискурсу» для здобувачів ступеня магістр освітньо-професійної програми «Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська»

зі спеціальності 035 «Філологія».

Видано в авторській редакції.

Електронний ресурс.

Підписано до видання Авт. арк. 4,5.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка».

49005, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19.

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка».

49005, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19.