

**Міністерство освіти і науки України
Дніпропетровський національний університет
ім. Олеся Гончара**

О. Л. Ляпічева

**ПОСІБНИК ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»**

Ухвалено на вченій раді

*протокол № 6
від 24 грудня 2015 р.*

**Дніпропетровськ
РВВ ДНУ
2016**

УДК 81 (076)
ББК 81.0 – 923

Рецензенти: доц. Н. Д. Писаренко
доц. В. Ю. Тютюнник

Л 97 Ляпічева, О. Л. Посібник до вивчення дисципліни «Основи теорії мовленнєвої комунікації» [Текст] / О. Л. Ляпічева. – Д. : РВВ ДНУ, 2016. – 44 с.

Наведено основні теоретичні відомості з теорії мовленнєвої комунікації: поняття теорії комунікації, методи комунікативної лінгвістики, моделі комунікації, комунікація як соціальне конструювання, закони спілкування, тенденції розвитку сучасного спілкування, компоненти комунікації, прагматичні й гендерні аспекти спілкування, стратегії і тактики мовного спілкування, комунікативна компетенція мовців.

Для студентів філологічних факультетів.

Темплан 2016, поз. 26

Навчальне видання
Олена Леонідівна Ляпічева
Посібник до вивчення дисципліни
«Основи теорії мовленнєвої комунікації»

Редактор О. В. Гончаренко
Техредактор Т. І. Севост'янова
Коректор Т. І. Севост'янова

Підписано до друку 25.04.16. Формат 60×84/16. Папір друкарський.
Друк плоский. Ум. друк. арк. 2,75. Обл.-вид. арк. 3,74. Ум. фарбовідб. 2,75.
Тираж 30 пр. Зам. №

РВВ ДНУ, просп. Гагаріна, 72, м. Дніпропетровськ, 49010.
ПП «Ліра ЛТД», вул. Погребняка, 25, м. Дніпропетровськ, 49010.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
серія ДК № 188 від 19.02.2000 р. Фактична адреса: вул. Наукова, 5

© Ляпічева О. Л., 2016

ВСТУП

У пропонованому посібнику вміщено ключові теми дисципліни «Основи теорії мовленнєвої комунікації»: теорія мовленнєвої комунікації як наука та навчальна дисципліна, природа і компоненти комунікації, загальна характеристика складників комунікативного акту. Зміст цих тем розкривається в таких актуальних для нашого часу питаннях, як основні поняття теорії комунікації, методи комунікативної лінгвістики, моделі комунікації, комунікація як соціальне конструювання, закони спілкування, тенденції розвитку сучасного спілкування, компоненти комунікації, прагматичні та гендерні аспекти спілкування, стратегії і тактики мовного спілкування, комунікативна компетенція мовців.

Інтерес до комунікації сьогодні викликаний необхідністю застосовувати комунікативні знання у професійній та особистісній сферах життя людини, необхідністю гармонійного співіснування людей в епоху глобалізації, потребою людини в духовному розвитку. Положення цієї нової науки безцінні для перебудови мислення людини в сучасному світі, щоб позбутися застарілих та неефективних програм свідомості, замінити на нові, більш гармонійні настанови.

Джерелами теоретичного матеріалу для посібника слугували підручники українських авторів Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики» та О. В. Ясенкової «Основи теорії мовної комунікації», російського автора О. Зарецької «Риторика: Теория и практика речевой коммуникации», книга групи російсько-американських дослідників О. І. Матяш, В. М. Погольши, Н. В. Казарінової, С. А. Бібі, Ж. В. Зарицької «Межличностная коммуникация»; підручники з психолінгвістики І. Н. Горелова і К. Ф. Сєдова «Основы психолингвистики», навчальний посібник М. В. Піменової «Языковая картина мира» а також деякі психологічні праці практичного характеру (А. Некрасов, Дж. Кур'янська, Д. Дейда).

Сподіваємось, що наші матеріали зацікавлять студентів і в них виникне бажання глибше розібратися у власній комунікації.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

ЯК НАУКА ТА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

План

1. Актуальність теорії мовленнєвої комунікації.
2. Предмет і завдання комунікативної лінгвістики.
3. Основні поняття теорії комунікації.
4. Взаємозв'язок теорії комунікації з іншими науками.
5. Методи комунікативної лінгвістики.

1. Актуальність теорії мовленнєвої комунікації

Існує декілька аргументів щодо необхідності вивчення теорії комунікації [9].

Перший аргумент прагматичний: комунікативні знання корисні в житті, практичні та технологічні. Вони збагачують нас новими способами поведінки, прийомами й тактиками, необхідними в розв'язанні життєвих проблем. Комунікативна грамотність – умова успіху людини у професійній діяльності. Комунікативні знання необхідні також для підтримки особистих відносин. Установлено, що діти, які виростили в сім'ях, зорієнтованих на розмову, більш здатні до успішних відносин у дружбі, любові, дорослому житті.

Другий аргумент: ми живемо в епоху глобалізації. Світ стає різноманітнішим, ми все більше залежимо один від одного економічно, демографічно, екологічно. В таких умовах потрібно розуміти один одного, уміти домовлятися, тобто мати комунікативні навички. Сьогодні спостерігаємо великомасштабні міграції населення. У повсякденному житті ми співіснуємо у фізичному та віртуальному просторах з людьми різних національних культур.

Третій аргумент: комунікативні навички потрібні нам для власного духовного існування, самоствердження та розвитку. У спілкуванні з іншою людиною ми краще розуміємо власні можливості, вчимося більш свідомо вибудовувати та корегувати свої відносини. У результаті покращується якість нашого життя.

2. Предмет і завдання комунікативної лінгвістики

Комунікативна лінгвістика досліджує: а) загальні закони комунікації людей за допомогою природної мови; б) організацію засобів мовного коду та інших знакових систем у процесах комунікативної взаємодії особистостей; в) вплив на засоби мови психічних, соціальних, когнітивних, культурних та ситуативних факторів [1].

Завданнями комунікативної лінгвістики є: 1) формування знань про комунікативні процеси та рух інформації в спілкуванні; 2) організація засобів мовного коду в різних комунікативних ситуаціях; 3) вивчення відносин між особистостями в екстремальних, конфліктних умовах, у безконфліктному

спілкуванні, у комунікації представників різних культур; нейтралізація патогенних текстів (небезпечних для людини); 4) опис нових форм комунікативних практик та каналів комунікації (Інтернет-, теле-, SMS-комунікація); 5) аналіз комунікативних ситуацій повсякденного життя.

Як наука комунікативна лінгвістика сформувалася у другій половині ХХ ст. у США та Європі. Становлення західної теорії комунікації відбувалося за 3 етапами.

1. На першому етапі, що належить до післявоєнного часу, під впливом інформаційних наук чільне місце в теорії комунікації посідає розуміння спілкування як простої передачі інформації від мовця, який кодує інформацію, до слухача, що повинен її розкодувати.

2. На другому етапі у 50 – 60-ті рр. ХХ ст. відбувається «психологізація» комунікації, формується наука про спілкування між особистостями, комунікація трактується як породження змісту в комунікативній взаємодії.

3. На третьому етапі у 90-ті рр. ХХ ст. головним стає розуміння комунікації як соціального процесу, в якому комуніканти разом утворюють соціальні світи.

Комунікація охоплює такі розділи:

1) комунікація як діяльність, природа спілкування, його закони, канали, компоненти;

2) складники комунікативного акту: мовний код, невербальні компоненти спілкування (жести, міміка, пози тіла, інтонація, темп мовлення), ситуативні елементи (тональність, реєстр, атмосфера комунікації);

3) породження та розуміння мовлення, типи комунікативних помилок;

4) риторичні складники комунікації (стиль, композиція, мовні засоби мовлення);

5) комунікація представників різних культур: загальне та національне у спілкуванні, комунікативні стереотипи, табу;

б) практичні аспекти аналізу комунікативних ситуацій.

3. Основні поняття теорії комунікації

Базові поняття теорії мовленнєвої комунікації розподіляються на 3 групи:

1) поняття, які описують складники комунікації (комунікація = спілкування = комунікативна діяльність, комунікативна дія = комунікативний акт, комунікативна ситуація, комунікативний ефект, комунікативна невдача (девіація), комунікативний шум);

2) поняття, які описують засоби комунікації (мовленнєва діяльність, мовленнєвий акт, мовний код, невербальні засоби спілкування, комунікативний паспорт мовця);

3) поняття, які стосуються того, про що повідомляється (інформація, значення, комунікативний зміст, повідомлення, пресупозиція).

Завдання для самостійної роботи: виписати з підручника Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики» визначення базових понять теорії комунікації.

4. Взаємозв'язок теорії комунікації з іншими науками

Теорія мовленнєвої комунікації (ТМК) виникла в межах нового антропоцентричного підходу до вивчення мови. Раніше в центрі уваги лінгвістики була мова, що існує окремо від людини, тепер – зв'язок мови з людиною, їх сумісний психологічний та соціальний простір. У нових науках (комунікативістика, прагмалінгвістика, психолінгвістика, соціолінгвістика), які виникли разом із теорією комунікації, ще не до кінця розподілено предмет дослідження. Отже, розглянемо зв'язок комунікативної лінгвістики з іншими дисциплінами.

Інформатика. Вивчаються проблеми утворення, приймання, зберігання й переробки інформації в системах «людина – машина», «людина – людина». Ця наука пов'язана з мовним забезпеченням інформаційних систем. У комунікативній лінгвістиці часто застосовують поняття інформатики: *біт, код, надлишковість, ентропія (недостатність інформації)* та ін.

Комунікативістика. Досліджуються засоби, функції та рух масових інформаційних потоків, які передають за допомогою вербальних та невербальних засобів (наскельні малюнки, ритуальні танці, комп'ютерний дизайн, відеодиски, телефакси) на різних етапах розвитку цивілізації. У ТМК застосовують методи дослідження комунікативістики, наприклад контент-аналіз (статистичний метод дослідження змісту).

Прагмалінгвістика. Вивчається коло питань, пов'язане з адресатом та адресантом, їхніми зв'язками в комунікації. У ТМК ширше досліджуються внутрішні та зовнішні фактори комунікації, такі як мовні й немовні засоби спілкування.

Функціональна лінгвістика. Досліджується застосування мови в різних сферах мовлення, але не враховується вплив на комунікацію ситуативних факторів, що вміщує теорія комунікації.

Психолінгвістика. Досліджуються, головним чином, внутрішні процеси свідомості, а в комунікативній лінгвістиці – усі фактори комунікації, у тому числі зовнішні.

Соціолінгвістика. Вивчається вплив на мову соціальних факторів, мовна поведінка мовців, але інші фактори (духовні, психологічні, ситуативні) не досліджуються.

Напрямки прикладної лінгвістики (риторика, культура мовлення, реклама, психотерапія) потребують використання законів комунікації, які досліджує теорія спілкування.

5. Методи комунікативної лінгвістики

Методи комунікативної лінгвістики обумовлені її тісними зв'язками з іншими дисциплінами, що межують з теорією комунікації: семіотикою, прагматикою, структурною лінгвістикою, соціологією, когнітивною лінгвістикою, психологією, психолінгвістикою [1]. Розглянемо ці методи.

1. *Семіотичний аналіз* – дослідження змісту знаків спілкування (одиниць мовного коду), а також особливостей об'єднання цих одиниць в одиниці вищого рівня та специфіки вживання цих одиниць людиною. До семіотичного аналізу входить аналіз трьох типів знаків:

а) семантики (вивчення того, які сторони реальної дійсності відображають знаки);

б) синтактики (вивчення того, як об'єднуються знаки в комунікації);

в) прагматики (вивчення відношення людини до дійсності, відображене в знаках).

2. *Прагматичний аналіз* – дослідження людських параметрів спілкування, відбитих у мові: стратегій і тактик комунікації, оцінок, законів і правил спілкування. Цей аналіз характерний для дослідників британської школи: Джона Остіна, Джона Сьорла, Пола-Гербера Грайса. Наприклад, відомі такі стратегії ведення конфлікту, як інвективна (зняття напруги шляхом лайки, сварки); куртуазна (вишукана) стратегія вихованої людини, коли засобом позбавлення від агресії є плач; раціонально-евристична (раціонально-пошукова) стратегія, в цьому випадку здоровий глузд і гумор стають засобом зняття напруги.

3. *Структурний аналіз* – вивчення елементів і їх зв'язків у спілкуванні як цілісній системі, несуперечливій, об'єктивній, економній. До методик структурного аналізу в лінгвістиці належать такі (всі вони застосовуються і в теорії комунікації):

а) методика безпосередніх складників – подання структури у вигляді ієрархії складників, наприклад опис речення в термінах його членів: головних і другорядних. У теорії комунікації це може бути подання мовного акту як системи з такими компонентами: мовець, адресат, повідомлення, канал спілкування, інформаційний шум, фільтри, зворотній зв'язок, контекст і ситуація;

б) трансформаційна методика – визначення мовних об'єктів за допомогою опису подібностей і відмінностей в їх трансформаціях. Прикладом застосування такої методики є визначення речення як одиниці, що трансформується в активну і пасивну конструкції. Сучасний лінгвіст Б. М. Гаспаров у книзі «Язык, память, образ» [2] пропонує виділяти таку нову мовну одиницю, як КФ (комунікативний фрагмент), сутність якої – нефіксованість, варіативність, здатність до трансформації. Ось приклад КФ: *поразительно оригинальная мысль, мысль поражает своей оригинальностью, эта мысль вовсе неоригинальна, оригинальность этой мысли поразительна; поразительно, до какой степени эта мысль оригинальна; поражённый оригинальностью этой мысли, он ...; при всей своей поразительности эта мысль по существу вовсе не оригинальна; чтобы поражать, не требуется большой оригинальности; не всякая оригинальная мысль поразительна, но всякая поразительная мысль оригинальна.* У теорії комунікації трансформаційна методика також допомагає знайти різні засоби вираження однієї і тієї ж думки залежно від ситуації;

в) методика компонентного аналізу – розщеплення лексичного значення слова на семи (елементи змісту). У теорії комунікації аспекти спілкування

поділяють на прагматичні (пов'язані з впливом учасників спілкування один на одного), гендерні (пов'язані зі статтю людини), аспекти стратегій і тактик та ін.;

г) методика опозиційного аналізу – дослідження протиставлень одиниць. Уперше цю методику застосовували у фонетиці під час вивчення звукових протиставлень за глухістю/дзвінкістю, твердістю/м'якістю і т. д. Пізніше опозиційний аналіз використовували у літературознавстві: В. Я. Пропп – у процесі вивчення казок. У теорії комунікації досліджують опозиції: компетентний – некомпетентний у сфері комунікативних навичок учасник спілкування, партнери спілкування високого й низького соціального статусу та ін.

4. *Пропагандистський аналіз* – зосередження уваги дослідника на тому, коли і як подавати позитивну й негативну інформацію, як її поєднувати й дозувати. Потік жорсткої негативної інформації на початку новин (наприклад, опис подробиць якого-небудь убивства) має на меті залякати слухачів, ввести їх у стан шоку і тим самим зробити вразливішими для сприйняття подальшої інформації. Наляканою людиною легше керувати. Цим же пояснюється домінування воєнних і кримінальних фільмів на телебаченні.

Натомість надмірне насичення програм ТБ гумористичними передачами також ставить на меті відвернути споживача від усвідомленого сприйняття інформації.

5. *Дискурс-аналіз* – виявлення соціального, психологічного, духовного тощо контекстів. Для розуміння твору важливий не лише текст, який ми сприймаємо, але й багато іншого: мотиви й наміри автора, психологічний стан його особистості, установки його свідомості, соціальні умови життя і т. д. До методик дискурс-аналізу в теорії комунікації належать:

а) аналіз побутового діалогу – правил чергування реплік і переходу «права говорити»;

б) аналіз суміжних пар: питання – відповіді, вітання – вітання, запрошення – прийняття запрошення або відмови і т. д.

6. *Контент-аналіз* – кількісний опис змісту спілкування. Береться будь-яка одиниця тексту (слово, символ, тема, ідея, характер, тип, образ), підраховується кількість її вживань, досліджується її функціонування. Контент-аналіз ефективний під час вивчення відмінностей культур, прецедентних та патогенних текстів, мови хворих людей.

7. *Трансакційний аналіз* – дослідження міжособистісних відносин з урахуванням психологічних ігор і сценаріїв. Відомий американський психолог Ерік Берн, батько сучасної сценарної психології, увів у науку поняття его-стану (стан внутрішнього «я» людини). Він стверджує, що в будь-який момент спілкування людина обов'язково перебуває в одному з них: БАТЬКО, ДОРΟΣЛИЙ, ДИТИНА.

ДИТИНА – це джерело наших бажань, почуттів. Тут радість, інтуїція, творчість, фантазія, допитливість, страхи, капризи. ДИТИНА – це джерело психічної енергії особистості. Людина відчуває щастя, коли благополучна її ДИТИНА. Стан ДИТИНИ виявляється у відповідних мовленнєвих реакціях:

«Чудово!», «Здорово!», «Ой, цікаво!», «Набридло!», «Пропади все пропадом», «Залиште мене у спокої!», «Ідіть усі до біса!», «Ой, як я вас люблю!» і т. п.

БАТЬКО – це інший полюс особистості. Це авторитетне, або навіть авторитарне, начало, носій непорушних моральних правил і етикетних норм, що диктують, як саме необхідно поступати в конкретній ситуації. Батько – це наша совість або «автопілот» (автоматичні програми), що сформувався в результаті виховання та накопичення соціального досвіду. У поведінці мовної особистості це начало проявляє себе в таких фразах: «Щоб було зроблено негайно!», «Скільки можна повторювати!», «Як вам не соромно!», «Який дурень це зробив!», «Не лізьте не у свою справу!», «Що ви собі дозволяєте!», «Не можна ...», «У жодному разі ...», «Навіть дивно таке чути ...» тощо.

ДОРΟΣЛИЙ – це носій раціонального начала. Цей образ особистості відповідає за неупереджений аналіз життєво важливої інформації. **ДОРΟΣЛИЙ** контролює дії **БАТЬКА** і **ДИТИНИ**, виступаючи посередником між ними. Мовленнєві реакції цього стану звертаються до здорового глузду: «Давайте розберемося по суті», «Не будемо нервувати, проаналізуємо ситуацію», «Подивимося на цю справу з різних поглядів», «Можливо, ви праві, але я хотів би навести свої міркування», «Відкинемо емоції і розглянемо проблему, не беручи її близько до серця» і т. п.

Мета трансакційного аналізу полягає в тому, щоб з'ясувати, який его-стан дав комунікативний стимул і комунікативну реакцію. У реальному спілкуванні можливі різні комбінації его-станів співрозмовників. Одним із різновидів трансакцій виступає взаємодія по горизонталі. Наведемо приклади.

1. Трансакція за моделлю «**БАТЬКО** – **БАТЬКО**»:

Літній викладач звертається до колеги:

– *Ну і студенти пішли: нічого їх не цікавить!*

– *Так, ми в їхньому віці були іншими: на лекцію йшли як на свято.*

2. Трансакція за моделлю «**ДОРΟΣЛИЙ** – **ДОРΟΣЛИЙ**»:

На науковій конференції триває обговорення доповіді:

– *Мені близькі ідеї, висловлені доповідачем, але хотілося б зробити низку зауважень ...*

– *Я вдячний колезі за цінні зауваження, однак, у свою чергу, хотів би поділитися своїми міркуваннями ...*

3. Трансакція за моделлю «**ДИТИНА** – **ДИТИНА**»:

Літо. В аудиторії жарко. Розмовляють два студенти:

– *Мені дуже жарко. Може, до біса лекцію! Підемо на пляж!*

– *Давай, тільки тихо, щоб викладач не помітив.*

Наведені трансакції називаються паралельними. Аналіз реального спілкування дозволив Берну сформулювати важливий закон мовної взаємодії: поки трансакції паралельні, процес комунікації протікає безконфліктно. Деякі жанри спілкування відповідають ролям **БАТЬКА** (наказ, погроза, осуд), **ДОРΟΣЛОГО** (лекція, виступ на зборах, розповідь-історія), **ДИТИНИ** (скарга, похвала, вираження радості) [3].

РОЗДІЛ 2 ПРИРОДА І КОМПОНЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. Поняття комунікації.
2. Три моделі комунікації.
3. Комунікація як соціальне конструювання.
4. Функції спілкування.
5. Типи комунікації.
6. Закони спілкування.
7. Тенденції розвитку сучасного спілкування.
8. Компоненти спілкування: а) адресант, адресат, повідомлення, канал комунікації, інформаційний шум, фільтри, зворотній зв'язок, контекст і ситуація; б) мовні, паралінгвістичні засоби, компоненти інших знакових систем.

1. Поняття комунікації

О. О. Леонтьєв, московський психолінгвіст, визначає спілкування як процес установалення й розвитку контактів між живими організмами, обумовлений потребами спільної діяльності, що містить обмін інформацією і супроводжується взаємним сприйняттям і спробами впливу один на одного [5].

Виникає питання, хто такі живі організми: люди, рослини, тварини, каміння, найпростіші? О. Н. Зарецька у книзі «Риторика: Теорія і практика мовної комунікації» пише про існування сенсорного способу передачі інформації [5]. Під **сенсорикою** вона розуміє **біоенергетичний спосіб обміну інформацією**, за якого людина нічого не говорить і нічого не демонструє (інша людина взагалі може її не бачити), але при цьому передає інформацію, яку сприймають комуніканти. Ось як про це повідомляє О. Н. Зарецька:

«Проблема сенсорного мислення дискредитована великою кількістю випадків профанації. На жаль, існує багато людей, які через просте шахрайство видають ніщо за сенсорний вплив, і це дуже заважає науковому дослідженню біосенсорики. Проте спосіб прийому і передачі інформації без допомоги відомих науці аналізаторів, безумовно, існує. Основу цього феномену слід шукати, мабуть, на найглибшому, «клітинному» рівні. Виявляється, що позбавлена зачатків нервової системи і будь-яких рецепторів клітина здатна демонструвати явище, яке виявляється в ясновидінні, прогностиці; воно отримало назву «клітинної телепатії». У 1965 р. в лабораторії академіка В. Казначеева в Новосибірську розпочалися дослідження з комунікації між ізольованими клітинами. Принципова схема їх дуже проста. У дві прозорі, герметично закриті кварцові кулі поміщають однакові одноклітинні культури. Між ними немає ніякого контакту: ні біологічного, ні хімічного, ні фізичного. Вони лише «бачать» одна одну. У першу кулю вводиться хвороботворний вірус, унаслідок чого клітини гинуть. І тут виявляється щось вражаюче: клітини в сусідній кулі теж хворіють і гинуть, хоча можливість випадкового перенесення

вірусу виключено. Якщо біля другої кулі із загиблою культурою поставити третю зі здоровими клітинами, останні, у свою чергу, теж захворіють. У ході дослідів було створено цілу лінію з 50 куль, і ланцюгова реакція крок за кроком охопила її всю. Виникає питання: що ж є причина загибелі клітин, якщо матеріальний суб'єкт – вірус – надійно ізольований у першій кулі? Відповідь можлива тільки одна: «смертельна» інформація. Але як тоді вона передається? Адже у клітини немає оптичних рецепторів, щоб отримати її в прозорій кулі, а всі інші, відомі нам, канали сприйняття інформації в цьому випадку виключені. Отже, її передача може відбуватися лише через біополе, яке генерує навіть окрема клітина, не кажучи вже про будь-який живий організм. «Вивчаючи поведінку клітин, механізм їх відтворення, вплив, який вони чинять одна на одну за відсутності будь-якого контакту, за винятком візуального, ми дійшли до думки, що справжня природа живих організмів виявляється в їх взаємному впливі, а не в ізольованому житті, – підкреслює В. Казначеев. – Ми повинні були визнати існування біополів».

Доведено можливість безконтактного інформаційного впливу людини на життєдіяльність біологічних об'єктів різного рівня організації: клітин, мікроорганізмів, тварин і людей. Коли екстрасенс підносить руки до пробірки з одноклітинними організмами, в мікроскоп буває видно, як одноклітинні починають буквально метушитися вгору – вниз по пробірці і лише через годину повертаються до попереднього стану.

За уявної стимульованої установки екстрасенса на ріст мікроорганізмів вони розвиваються в кілька разів інтенсивніше, у разі установки на пригнічення їхня життєдіяльність знижується в середньому на третину. Досліди на тваринах показують, що, наприклад, штучно викликане запалення лап у білих щурів проходить утричі швидше, ніж у контрольних, якщо протягом двох тижнів екстрасенс проводить кілька сеансів лікувального опромінення. Оскільки будь-яке навіювання або самонавіювання (самогіпноз) у цих експериментах виключається, єдиним фактором може бути вплив біологічної енергії, що генерує людина. Причому, швидше за все, вона відмінна від усіх відомих видів енергії, бо впливає і на неживі об'єкти. Звертаючись до скептиків, слід відповісти словами відомого фізіолога Клода Бернара, «коли трапляється факт, що суперечить панівній теорії, потрібно визнати факт і відкинути теорію».

Сьогодні стало зрозуміло, що біосенсорний вплив можна моделювати і йому можна навчитися. Дійсно, існують центри, які розвивають кожен тип прийому й передачі інформації, і сенсорика теж. Сенсорика – це і телекінез, і телепатія, і парапсихологічні явища. Наприклад, є випадки, коли людина, входячи в особливий стан, який називається трансом, бачить картину злочину, за якого вона не була присутня, але отримала про це інформацію. Яким способом – жодна людина не може пояснити (усі пояснення, як правило, малопереконливі).

За біосенсорного впливу аналізатором, імовірно, є все людське тіло. «Меня как художника прежде всего привлекает настроение, которое трудно облачается в слова, но которое чувствуют кожей спины», — написав художник-

постановник п'єси А.П. Чехова «Вишнёвый сад» у Драматичному театрі Санкт-Петербурга (1994). Мабуть, у цьому тексті не слід шукати метафору. Дуже поширений спосіб передачі інформації через накладення рук. Локалізація ділянок людського тіла, які приймають і передають інформацію засобами природної мови, образного мислення і біосенсорики, абсолютно неоднакова; при цьому образне мислення наближене до природної мови, а біосенсорика – до образного мислення. Віддаленість же біосенсорики від природної мови така велика, що одне навіть не можна пояснити через інше. Езотерики кажуть, що в майбутньому люди спілкуватимуться без слів».

За О. О. Селівановою, комунікація – це цілеспрямований процес інформаційного обміну між двома і більше сутностями за допомогою певної знакової системи [13].

Ф. С. Бацевич, львівський учений, визначає комунікацію як смисловий аспект соціальної взаємодії, операції з інформацією, складник спілкування разом зі сприйняттям і взаємодією, спілкування особистостей за допомогою мовних і невербальних засобів з метою передати інформацію [1].

О. І. Матяш, дослідниця зі Санкт-Петербурга, інакше розставляє акценти у визначенні комунікації: це трансактантний (одночасний і рівноправний для мовця і слухача) символічний процес соціальної взаємодії, в якому відбувається координація смислів і дій (а саме їх породження, співвіднесення та узгодження) [9].

Отже, комунікація, або спілкування, – це цілеспрямований процес інформаційного обміну між двома і більше сутностями за допомогою мовних, невербальних засобів та компонентів інших знакових систем, породжуваний потребами спільної діяльності, в якому відбувається координація смислів і дій (а саме їх породження, співвіднесення та узгодження).

Важливою моральною характеристикою комунікації є її правдивість і щирість. О. Н. Зарецька пояснює, чому з мовленням можна звертатися тільки до тих людей, до яких ставишся доброзичливо, які не викликають у вас роздратування [5]:

«Припустимо, ви звертаєтесь до людини, яка вам неприємна. Мета у вас може бути будь-яка. Наприклад, умовити її вивчати французьку мову. Здавалося б, у самій меті нічого негативного немає, це нейтральна цільова установка. Але реальний текст похідний від багатьох цілей, наявних у людини на момент мовлення. І в ньому реалізується не тільки основна мета (переконати вибрати французьку мову), але також і внутрішні, психологічні цілі, багато з яких мовець сам до кінця не розуміє. Людський інтелект ділиться на свідоме й несвідоме, і мотивація наших учинків може перебувати в обох зонах. Деякі вчинки людина робить, розуміючи, для чого вона це робить (свідома мотивація), а деякі – не розуміючи (несвідома мотивація). Проте мета існує завжди. Основою несвідомої мотивації є емоції, наявність яких людина не завжди відчуває в собі. Людина влаштована таким чином, що приховати в комунікації зону несвідомого не може. Зона несвідомого — це зрадник людини: вона завжди відкрита. Усі ваші

внутрішні емоції відносно якої-небудь людини в момент спілкування без вашої волі видно та чути. В основному – видно, тому що знаковою системою несвідомого є *Body Language* (мова людського тіла: міміка, жести, вираз обличчя, поза, очі, рухи рук і т. д.). Ця знакова система існує в мові паралельно з природною мовою. Природна мова – знакова система свідомого, тому її реалізація має інтелектуально корегуватися (наприклад, людина може обманути іншу людину, тобто передати їй неправдиву інформацію, якщо вважає це доцільним). У реалізації знакової системи *Body Language* обманути неможливо: все, що людина відчуває, так чи інакше відбивається на її обличчі, у виразі очей, у позі і т. д. Будь-який педагог знає, як легко визначити враження від його мови на кожного учня і ставлення до цієї промови під час заняття. Це стосується всіх учасників комунікації. Слухачі також легко можуть судити про мовця і про те, як він ставиться до своєї мови і до них самих. Тут відкриваються нестандартні можливості людської комунікації. Отже, приховати блок несвідомого неможливо. Тому якщо на тлі цілком розумної цільової установки (умовити вивчати французьку мову) ви відчуваєте до людини недобрі почуття, під час мовної комунікації ці почуття будуть помітні. Про що б ви не говорили з іншою людиною, хочете ви того чи ні, ви одночасно повідомляєте їй, як ви до неї ставитеся. Свідомо ви ставите тільки одну мету, але одночасно реалізується весь блок несвідомих цільових установок. І як реакцію слухача на вашу мову ви можете отримати те, що відповідає емоційному несвідомому, а зовсім не основній свідомій меті (ви можете вмовляти людину записатися у французьку групу, вона вас буде довго слухати і зрозуміє, що ви її не любите, – і це єдине, що вона зрозуміє).

Цікаво, що, обманюючи, людина відчуває настільки сильний психічний дискомфорт, що це позначається на її інформаційному біовипромінюванні, яке сприймають не тільки люди, але навіть рослини, наприклад бегонія. Дуже цікаві експерименти в цьому відношенні належать американському досліднику Карлсону і російському професору В. Н. Пушкіну. Піддослідним запропонували пройти перевірку на детекцію брехні. Але до них не стали підключати жодних датчиків і приладів, а надали бегонії визначати, наскільки правдиві їхні відповіді. Оператор задумував яке-небудь число від 1 до 10, але приховував його. На кожне з названих чисел він казав «ні», тобто з усіх відповідей одна була помилкова. За контрастом інтенсивності енергетичного випромінювання оператора рослина точно визначала шукане число, даючи характерну хвилясту лінію на стрічці енцефалографа.

Звичайно, існують життєві ситуації, коли людину треба обманути з міркувань гуманізму («брехня заради порятунку»). Наводиться зазвичай приклад людини, яка безнадійно хвора і якій не говорять про незворотність її хвороби, а, навпаки, кажуть, що вона одужує і сьогодні явно має кращий вигляд, ніж учора. Чи слід так чинити? Думається, що «брехня заради порятунку» – теж функція мови, аргументом якої є особистість хворого. Залежно від того, яка перед вами людина, до якої ви звертаєтесь, можна оцінити правомірність чи

неправомірність обману. Якщо це людина сильна, яка звикла приймати самостійні рішення (а для прийняття рішень людині потрібна, як відомо, достовірна інформація), своїм обманом ви чините їй зло, позбавляючи знання істини, а тому й прийняття адекватних рішень. Людина хоче встигнути підбити підсумки свого життя, а ви їй позбавляєте можливості зрозуміти, що цей час настав. Приховуючи правдиву інформацію, ви не даєте їй реалізувати в житті те, що вона намагалася. В результаті – недописана книга, незнятий фільм, нестворена пісня ... Якщо людина віруюча, то як будь-якій людині, що чимало грішила, їй потрібен час для каяття... Зафіксовано випадки значної активізації захисних сил організму: якщо людині прямо кажуть, що вона гине, організм знаходить у собі внутрішній резерв, який перемагає хворобу, що за звичайних умов людина перемогти не може, – так виявляється сильна жага життя. У разі невиліковних захворювань імунна система людини може впоратися з ними. Відомо, що біоенергетичний метод лікування ґрунтується на стимуляції діяльності саме імунної системи. Таким стимулятором може виявитися також слово правди ...

Російська людина за своєю природою не лиходій, але вона виросла в умовах брехливої та жорсткої комунікації, нав'язаної тоталітарним режимом. Кого з нас вчили в дитинстві, що якісь речі говорити не можна, бо іншій людині їх слухати боляче? Адже це норма цивілізованого світу, основним правилом якого є невтручання в приватне життя іншої людини. Мовленнєва комунікація повинна створювати сприятливу психологічну обстановку. Так учать спілкуватися з дитинства.

Свої мовленнєві дії варто робити на благо людям, а не на шкоду. До співрозмовника потрібно звертатися як до намісника Бога на Землі. Хто дав право втручатися в особисте життя іншої людини, бути суддею? Хто дозволив впливати на проблеми, які життєво цікавлять іншого? Ніхто нікому не суддя. Тому сучасне суспільство напрацювало складну систему правил, яка дозволяє людям співіснувати разом і виконання якої обов'язково для кожного».

2. Три моделі комунікації

Сучасна теорія комунікації складається з трьох моделей спілкування, які виникали послідовно в історії цієї науки: 60-ті рр. ХХ ст., наприкінці ХХ ст. і на початку ХХІ ст. [1].

Модель «Комунікація як акція» наголошує на активності відправника інформації, його впливові на реципієнта. Вона називається іноді лінійною, оскільки являє собою односпрямований процес (від відправника до одержувача) і причинно-наслідковий: я передав (причина) – ти сприйняв (наслідок). Ця модель метафорично асоціюється з уколом або пострілом у бік того, хто приймає інформацію. Історично виникла на перших стадіях вивчення різних видів масової комунікації, таких як пропаганда, реклама, політичні виборчі кампанії. Згідно з цією моделлю, комунікант впливає на аудиторію, щось робить з нею.

Модель «Комунікація як інтеракція» акцентує на реагуванні в комунікації, на відповіді одержувача, зворотному зв'язку. Це двосторонній комунікативний процес: вплив і реагування, послідовність дій відправника і одержувача. Ця модель метафорично асоціюється з тенісом: удар – удар у відповідь. Історично вона виникла як відповідь на попередню модель: з метою підкреслити, що слухач не тільки сприймає інформацію, а й через зворотний зв'язок також впливає на хід комунікативного процесу.

Модель «Комунікація як трансакція» ще більш ускладнює наше розуміння комунікації, акцентуючи її динамічність. Ця модель підкреслює одночасну активність обох партнерів відносно один одного, рухомість, взаємоперехідність ролей відправника й одержувача. Мовець, утворюючи вислів, одночасно стає реципієнтом, очікуючи, як прореагує слухач на його висловлювання, і корегуючи його відповідно до реакції слухача, а слухач, виражаючи свою реакцію, одночасно впливає на мовця. Іншими словами, комунікативну взаємодію розуміють у цій моделі як «наскрізний» процес, в якому інформацію породжує, виражає й сприймає кожний з учасників, незалежно від поділу на мовця і слухача. Метафора, яку асоціюють із трансактною моделлю, – це танець. Комунікацію порівнюють з танцем, в якому обом партнерам необхідно відчувати один одного й уміти налаштуватися один на одного. Якщо взаємного налаштування не відбувається, навіть якщо кожен з партнерів талановитий сам по собі, то танець не виходить. Більше того, з кожним новим партнером необхідно налаштуватися якимось інакше, кожен танець неповторний. Модель акцентує, що комунікація – це не просто дії відносно когось, а спільно з кимось. Іншими словами, комунікація – це *спів-дія*.

3. Комунікація як соціальне конструювання

Комунікація як соціальне конструювання характеризується трьома ознаками: історичність, динамічність, контекстність [9].

Історичність (спадкоємність) комунікації полягає в тому, що всі наші комунікативні вибори-дії в сьогоденні відбуваються під впливом комунікативних дій у минулому і проектуються в майбутнє. Наприклад, те, як наші батьки святкували з нами в дитинстві Новий рік (прикрашання ялинки, новорічні подарунки, костюми), вплинуло на наше святкування Нового року з нашими дітьми. З історичністю відносин часто мають справу психотерапевти: вони розплутують, які взаємини в минулому спричинили проблеми в сьогоденні і яким чином. Зрозумівши своє сьогодення через минуле, ми можемо змінити свої дії в майбутньому. Про історичність спілкування свідчить і наявність у свідомості людей «соціальних привидів» – уявних співрозмовників, яких сьогодні немає з нами, але які вплинули на нас у минулому. Дослідження американського психолога Мері Герген показало, що 37 % випробовуваних студентів університету назвали в ролі своїх «соціальних привидів» друзів, 23 – батьків, 11 – шкільних учителів, 29 % – духовних лідерів, знаменитостей, представників

масової культури [9]. У багатьох з нас є свої «соціальні привиди», і ми активно спілкуємося з ними, актуалізуючи минулі відносини в сучасних.

Динамічність (змінність, емерджентність) комунікації означає, що будь-яка розмова незворотна, її вже не можна переробити. Однак мінливістю комунікативного процесу можна керувати.

Смисли інформації динамічні, вони весь час змінюються. Ми живемо, маючи своє ставлення до чогось, і кожне з цих ставлень означає зміну смислів. Сьогодні ми сприймаємо інформацію в одному світлі, через деякий час – в іншому. Поки людина живе, вона породжує нові смисли, і цьому немає завершення. Смысл не буває для людини кінцевим. Смисли змінюються зі зміною соціальних відносин і виникненням нових практик. Суб'єктом соціальних смислів може бути як індивід, так і соціальна група, суспільство. При цьому смислові поля проникають одне в одне. Смысловое поле змінюється під впливом діалогу та координації смислів усередині суспільства.

Прикладом динаміки смислів є ставлення до Другої світової війни в Росії, Німеччині, США, Японії, нарешті ставлення євреїв. Про нього пише О. Мат'яш:

«Чому для кожного росіянина Велика Вітчизняна війна має зміст священної, до такого ступеня, що наші національні почуття можна глибоко зачіпати, якщо хтось інший їх не розділяє? Бо її особлива історична значущість, її національний зміст сформовані багатьма соціально-культурними практиками й відносинами, відтвореними з покоління в покоління. Це і мистецтво радянського періоду: кінематограф, література, музично-пісенна традиція. Це і традиції-ритуали суспільного визнання: святкування Дня Перемоги, шанування ветеранів, покладання квітів до пам'ятника Невідомому солдату в день весілля. Це і практика освіти і виховання: викладання курсу історії з певним відбором фактів, просвітницька робота музеїв, робота пошукових загонів. Це і архітектурна традиція: пам'ятники, меморіали в кожному місті. Це і мовно-риторична традиція «увічнення» – називати вулиці на честь героїв і подій війни, а саму війну називати «Велика Вітчизняна».

Природно, що люди, ініційовані в іншу систему соціально-культурних відносин, надають подіям того періоду інший зміст і переживають їх інакше. Це наочно виявляється в мові кожної культури, яка демонструвала свій досвід війни. Якщо для більшості росіян головною досі була назва «Велика Вітчизняна війна», то для багатьох євреїв це «Голокост». Для американців це «Друга світова війна», з розумінням того, що саме світова. В їх історичній пам'яті це подія величезного світового масштабу, що охопила не тільки Європу, а й інші регіони світу. В їхньому уявленні Друга світова війна навіть географічно має інший вигляд, і їх курс історії вміщує події, маловідомі росіянам з курсу історії.

Для багатьох сьогоднішніх німців Друга світова війна — це нацизм і пов'язане з ним почуття не лише національної трагедії, а й колективної національної провини».

Ми бачимо, що багато понять, які сприймають люди як істину (дитинство – дорослість – старість, розум, гомосексуалізм, розлучення, смерть), що не

підлягають сумніву, у разі розгляду в більш широкому контексті в різні часи і в різних соціальних середовищах набували різного сенсу.

Смисли об'єктивуються в життєдіяльності й передаються новому поколінню, яке сприймає їх як сформований порядок і забуває, що їх створювали попередні покоління. Ставлення до смислів як чогось незмінного називається реїфікація. Люди з реїфікуючою свідомістю, що перетворюють смисли в самостійні сутності, – це люди із закутою свідомістю. Вони не вірять, що можуть вплинути на хід існуючих речей, що можуть щось змінити. Це добре підґрунтя для «виращування» тиранів. Якщо ми розуміємо, що соціальні смисли створюються і конструюються в діяльності, ми знаходимо більш високий ступінь свободи і можемо змінювати дійсність у тому напрямку, який здається нам привабливим.

У кожній життєвій ситуації з декількох можливих дій ми вибираємо і реалізуємо якусь одну, відсікаючи інші. Роблячи це багато разів, ми стаємо автором свого життя. І тут важливо зрозуміти, як ми робимо вибір і на що спираємося під час нього. Важливо усвідомити, чи ефективні ті смисли, ідеї, програми свідомості, які є для нас ключові, або вони малоефективні й потребують заміни. Ми завжди маємо можливість подивитися на звичні для нас ситуації іншими очима і поведися по-іншому, незвично для нас, нестандартно.

Помічниками для нас можуть стати духовно досвідчені люди, яких ще не так легко і знайти, оскільки для цього потрібна наполегливість і велике бажання щось змінити. Бог посилає нам таких людей, коли бачить наші зусилля.

Щоб відмовитися від негативних програм, психологи пропонують спочатку подумати, а потім прожити чуттєво такий ланцюжок: *зрозуміти*, що ти в момент народження «замовляєш» собі своїх батьків, друзів, коханих, ворогів (усі вони якнайкраще підходять для твого розвитку в цьому житті. Здається, що це тільки гіпотеза, перевірка якої неможлива, але якщо вірити в Бога, взагалі в існування вищих сил, то стає зрозумілим, що все дається Богом або вищими силами) – *прийняти* (ситуацію, наче ти сам це обрав, тобто слід «спуститися» з позиції своїх установок до прийняття установок партнера зі спілкування) – *поважати* (себе за свій вибір і партнера за його вільний вибір). Наприклад, нам не подобається наша зовнішність або фігура, або матеріальне становище, успадковані від батьків, але ми поважаємо себе, тому що ми самі це прийняли) – *симпатизувати* (собі у своїх позитивних якостях: у мене не дуже досконала фігура, але добра здатність до емпатії – вчування інших людей. Можна симпатизувати і партнеру, який чомусь із тобою конфліктує) – *любити* (себе у всіх своїх проявах: симпатичних і не дуже, тому що тільки в любові можлива зміна останніх).

Є відмінність у роботі людини зі звичайним психологом і з духовним. Звичайний психолог застосовує розум у розкритті душі пацієнта, а духовний – серце, почуття. У першому випадку можна бути раціональним, але не відчувати пацієнта, «тиснути» на його слабе місце, або заганяти вглиб почуття образи чи страху, що потребує «пережити» все це. У духовного психолога це неможливо,

оскільки він передає пацієнтові почуття любові, з яким легше змінюватися, немає болю, у любові біль зникає.

Контекстність комунікації – це наявність інтерпретаційної рамки, яку ми «накладаємо» на інформацію, яку сприймаємо. Кожен з учасників спілкування здатний контекстуалізувати ситуацію по-своєму і не в одному варіанті. Відомі фізичний, психічний і соціально-культурний контексти, а також найближчий (обмежений конкретною розмовою) і дистантний (ширший, що вміщує життя всієї культури) контексти. Вони допомагають нам краще зрозуміти, що відбувається під час розмови, і зорієнтуватися, як діяти. Важливо вміти розширювати межі сприйняття, переводити найближчий контекст в дистантний. Наприклад, біль, який людина відчуває у відносинах з іншою людиною, стає менш відчутним, коли вона виходить за рамки своїх індивідуальних програм у нове бачення.

Коли людина звертається до іншої, вона не тільки передає інформацію, вона ще щось робить, створює. Учені вважають, що під час спілкування ми створюємо такі продукти комунікативної діяльності, як емоційно-психічні стани, знання і досвід, образ власного Я і Я іншого, відносини.

Що саме ми створюємо в процесі комунікації?

1. Емоційно-психічні стани. Що ви відчуваєте, коли хтось звертається до вас зі словами: «Бачити тебе більше не можу!», «Та ти моя радість!», «Чесно кажучи, ми від вас більшого очікували»? У процесі розмови ми викликаємо один у одного різні хвилювання, почуття, настрої. І робимо це за допомогою слів.

Згадайте одну з розмов сьогоднішнього дня. Які стани ви в ній відчували? Радість, піднесеність, образу, роздратування, здивування, задоволення, заспокоєність, байдужість, нудьгу, безпорадність, схвильованість, інтерес? За додаткових зусиль, напевно, згадаєте, після яких саме висловлювань співрозмовника виникали ті стани. Кожне з тих висловлювань впливало на вас і спричиняло певні наслідки. Ваші висловлювання, у свою чергу, теж на когось впливали і теж викликали переживання у вашого співрозмовника. Чи припускаєте ви, які саме?

Підтвердженням того, що за допомогою комунікації ми створюємо і змінюємо свої емоційні стани, може бути і така ситуація: часто нам буває потрібен співрозмовник, щоб «розрядитися». Ми розповіли, що з нами відбулося, «виплеснули з себе» – і нам стало легше.

2. Знання і досвід. Вступаючи в процес комунікації, ми завжди знайомимося з новими поглядами, новим розумінням. Нові знання та досвід можуть бути як метою комунікації (у навчанні та освіті), так і її «побічним продуктом».

3. Образ власного Я і Я іншої людини. У комунікації ми створюємо образ самого себе і образ іншої людини. Згадайте, як змінюються ваша самооцінка і сприйняття себе залежно від того, як про вас говорять інші. Ви отримали високу оцінку на іспиті, інші визнали ваші здібності – і ви пишаєтеся собою, але ось ви отримали низьку оцінку або вас декілька раз покритикували на роботі, дали зрозуміти, що ви не справляєтесь із завданням, – і у вас з'являється невпевненість

у власних силах, виникають думки про те, що це справа, мабуть, не для вас, і зникає бажання продовжувати її.

Сприйняття самого себе, самооцінка окремих сторін Я змінюються залежно від реакції оточення. Наше Я не є непорушний і назавжди сформований внутрішній образ, цей образ соціально конструюється (соціальний конструкт), він змінює свої контури і наповнення (згадаймо Державіна: «Я царь – я раб – я червь – я Бог!») залежно від того, з ким ми контактуємо і хто нам нас відображає. Ці взаємні відображення і конструювання Я один одного постійно відбуваються в людській комунікації.

4. Відносини. Продуктом комунікації є і особистісні відносини (при цьому слід, звичайно, пам'ятати, що відносини – це не тільки те, що формується в результаті комунікації, а й те, у процесі чого відбувається сама комунікація). За допомогою комунікації ми не просто входимо в контакт, а створюємо більш тривалі взаємозалежності – відносини дружби, любові, шлюбу, сімейні, професійні, комерційно-ділові і т. д. За допомогою комунікації ми ініціюємо, розвиваємо, стверджуємо або руйнуємо і припиняємо ці відносини.

Комунікація – це співпраця. Кожен з учасників робить свій внесок у здійснювану взаємодію. З цього випливають такі практичні висновки.

1. Необхідно пам'ятати, що в комунікативній ситуації кожен з учасників має свій ступінь відповідальності за свій вибір дій і за його наслідки. До того ж відповідальність не слід ототожнювати з виною.

2. Одночасно правомірно і зворотне: жодна комунікативна подія не є продукт дій однієї людини. Жодна людина не може нести абсолютної, неподільної відповідальності за результат взаємодії. Спілкування – завжди співпраця, і те, що ми отримуємо в результаті, – це «продукт спільного виробництва».

3. У разі комунікативних невдач, коли між партнерами виникло непорозуміння і його не вдалося подолати, немає сенсу звинувачувати іншу людину. Звинувачення іншого лише посилює проблему, але не розв'язує її. У цьому випадку доречно замість «Хто винен?» запитати «Що кожен з нас може зробити, щоб розв'язати проблему й уникнути небажаного результату?».

Комунікація за своєю суттю є постійна робота зі смислами, процес постійного утворення й узгодження смислів. Це відбувається не як окремий індивідуальний акт у голові кожного з учасників, а як спільна творчість, співтворчість.

4. Функції спілкування

У сучасному суспільстві комунікація виконує такі функції [1].

1. Контактна – створення готовності до взаємного зв'язку у спілкуванні й підтриманні його до кінця.

2. Інформаційна – передача інформації.

3. Спонукальна – спонукування партнера з мовлення до виконання певних дій.

4. Координаційна – узгодження смислів і дій мовців.

5. Пізнавальна – розуміння змісту повідомлення, а також намірів, установок і станів мовця.

6. Емотивна – пробудження в партнера певних почуттів.

7. Налагодження відносин – усвідомлення свого соціального статусу (начальник / підлеглий) і комунікативної ролі (батько, пасажир, клієнт) у спілкуванні.

8. Вплив – спрямованість на зміну поведінки, думок і почуттів партнера.

5. Типи комунікації

Відома складна система типів спілкування, яку виділяють на підставі багатьох критеріїв [1].

1. За використання мови у спілкуванні комунікація ділиться на вербальну (словесну) і невербальну (міміка, жестикуляція).

2. За формою мовної реалізації – спілкування усне, писемне і друковане. Перше відрізняється швидкістю реакції співрозмовників, друге – розгорненістю і періодичністю в часі, третє – уніфікованістю.

3. За темою спілкування може бути політичним, педагогічним, релігійним, філософським, науковим, побутовим і т. д.

4. За метою розрізняють ділове і розважальне спілкування. Перше має конкретну мету, друге – провести час із задоволенням.

5. За ступенем контрольованості – спілкування формальне й неформальне.

6. За кількістю мовців – внутрішнє (із самим собою), міжособистісне, групове (до восьми чоловік), публічне (виступ оратора перед 20 –30 особами), масове (понад 1000 чоловік), міжкультурне (спілкування двох представників різних народів передбачає наявність у їх свідомості стереотипів, властивих мільйонам людей).

7. За формою спілкування – закрите, відкрите і змішане. Для першого важливі форми й правила спілкування, а не важливий зміст (світське спілкування); для другого – важливий зміст, можливість висловити свою думку (розмова друзів); для третього – важливо і те, й інше, наприклад спілкування лікаря й пацієнта.

8. За свободою вибору партнера – ініціативне й примусове.

9. За спрямованістю спілкування щодо адресанта, адресата й об'єкта спілкування ділиться на автокомунікацію (із собою), гетерокомунікацію (з іншим), псевдоспілкування з рослинами і тваринами.

10. За тривалістю спілкування – постійне (у колективі, у сім'ї), періодичне (спілкування з лікарем), короткострокове (у транспорті, у черзі), довгострокове (із друзями).

11. За істинністю/неістинністю спілкування – правдиве або неправдиве. Останнє ділиться на дезінформацію (повідомлення того, що не відповідає дійсності), параінформування (спілкування асоціативними натяками, прихованими смислами), метаінформування (мотивована брехня). Представники духовності вважають, що не можна виправдати обман смертельно хворої людини.

Обманюючи хворого, ми позбавляємо його можливості усвідомити свої гріхи, покаятися і навіть мобілізуватися й одужати.

6. Закони спілкування

Комунікативні закони – це найбільш загальні нежорсткі тенденції, характерні для всіх видів спілкування. Російський мовознавець І. А. Стернін виділяє такі закони спілкування [1].

1. Закон дзеркального розвитку спілкування.

Співрозмовники несвідомо імітують стиль один одного. Наприклад, якщо людина починає говорити пошепки, то і її партнер переходить на шепіт. Цей закон можна застосовувати для нейтралізації конфліктних ситуацій.

2. Закон залежності ефективного спілкування від комунікативних зусиль.

Чим більше зусиль витрачає комунікант, тим ефективніше його спілкування. Короткі прохання та розпорядження виконують з меншим бажанням, тому що сприймають як нечемні й агресивні.

3. Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів.

Чим довше говорить людина, тим неуважніші й нетерплячіші її слухачі. Ефективне спілкування триває 10 хв.

4. Закон зниження рівня інтелекту аудиторії залежно від її чисельності.

Чим більше людей слухає мовця, тим нижчий середній рівень інтелекту аудиторії. У натовпі людина стає менш критичною, більш довірливою, більш емоційною, гірше мислить логічно, менше зазнає впливу оточення.

5. Закон комунікативного самозбереження.

Людина у спілкуванні прагне зберегти досягнену рівновагу. Мовець стримує своє бажання висловлювати нові ідеї через загрозу їхньої критики або заперечення. Нова ідея, висловлена у груповому спілкуванні, спочатку зазнає сумніву й навіть відхиляється. Лише поступово вона може бути прийнята.

6. Закон ритму спілкування.

Співвідношення говоріння й мовчання в житті людини у нормі становить 1:23. Людина в 23 рази менше говорить, ніж мовчить. Якщо не дотримуватися цього співвідношення, то виникає психічне роздратування, погіршується стан здоров'я. Люди певних професій (учителі, актори, продавці) багато говорять і потребують більшої відпустки. Жінки говорять більше за чоловіків, представники південних народів говорять більше за представників північних. Українці також говорять багато.

7. Закон мовного самовпливу.

Словесне втілення ідеї формує її в мовця й дозволяє більше в неї повірити. Згадаємо анекдот про вчительку, яка двадцять разів пояснювала учневі задачу, вже й сама її зрозуміла, а він все ще не зрозумів. На цьому законі засноване аутогенне тренування.

8. Закон довіри до зрозумілих висловлювань.

Чим простіше мовець висловлюється, тим легше йому довіряють і більше його розуміють. Для розуміння потрібно звертатися до вічних істин.

9. Закон притягування критики.

Чим більше людина виділяється, тим більше її критикують. Усе, що привертає увагу, стає предметом обговорення. Люди більше звертають увагу на недоліки. Але не слід занадто боятися критики. Якщо ви досягнете успіху, то глузування перетвориться на привітання.

10. Закон самовиникнення інформації.

За дефіциту інформації вона породжується у вигляді чуток.

11. Закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки.

Якщо співрозмовник порушує комунікативні норми, інший змушує його змінити свою поведінку.

12. Закон прискореного поширення негативної інформації.

До негативних факторів люди проявляють підвищену увагу, позитивні фактори сприймають як норму.

13. Закон спотворення інформації.

Чим більше людей передають інформацію, тим більше її спотворюють. Причина спотворення – у суб'єктивній інтерпретації, в особистісному ставленні до змісту, в невмінні слухати.

14. Закон емоційного зараження.

Особистості з однаковим емоційним станом прагнуть об'єднатися. Порівняйте: друзі через нещастя.

15. Закон мовного посилення емоцій.

Емоційні вигуки посилюють емоцію в півтора – два рази. Використовують у рекламі, медитації, релігії.

16. Закон мовного поглинання емоцій.

У разі послідовної, вдумливої розповіді про емоцію остання зникає (порівняйте: поплакатися комусь на життя). При цьому відбувається переключення роботи півкуль мозку, починає домінувати робота лівої, «логічної» півкулі, а права, «емоційна», гальмує свою роботу. До речі, про емоції можна і не розповідати, просто спостерігати за ними у собі. Агресія, не спрямована на людину, також може розчинити гнів, особливо в підлітків і чоловіків, які за своєю природою більше до неї схильні, якщо зайнятися бігом, вправами в тренажерному залі тощо.

17. Закон емоційного пригнічення логіки.

У людини в емоційному стані логіка відключається, тому що домінує робота правої півкулі мозку, а робота лівої – гальмується. Таку людину не переконаєш. Потрібно її заспокоїти, демонструвати згоду. Тільки після цього можна з нею обговорювати ситуацію.

7. Тенденції розвитку сучасного спілкування

У другій половині ХХ ст. характер спілкування істотно змінився під впливом двох факторів: науково-технічного прогресу і персоніфікації особистості. Персоніфікацією І. А. Стернін називає усвідомлення людиною своєї

неповторності, несхожості з іншими людьми. Ці процеси мають як позитивні, так і негативні наслідки [1]. Ось деякі з них.

1. Розширюються сфери спілкування. Збільшується спілкування у сфері обслуговування.

2. Час спілкування з тими, хто цікавий, скорочується через витрати часу на транспорт, збільшення часу роботи, де домінує примусове спілкування.

3. Збільшуються короткі, поверхові мовні контакти, люди втрачають навички говорити розгорнуто.

4. Збільшується спілкування у сфері засобів масової інформації.

5. Люди уникають спілкуватися вдома через перевантаження в спілкуванні на роботі з незнайомими й малознайомими людьми. У сучасному місті людина за день зустрічається з десятками тисяч незнайомих людей, що викликає втому.

6. Зростає знеособлене, чисто інформаційне спілкування, без налагодження особистих, духовних відносин.

8. Компоненти спілкування

Завдання для самостійної роботи: Зробити конспект розділу «Компоненти комунікації» підручника Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики». Зміст розділу: а) адресант, адресат, повідомлення, канал комунікації, інформаційний шум, фільтри, зворотній зв'язок, контекст і ситуація; б) мовні, паралінгвістичні засоби, компоненти інших знакових систем.

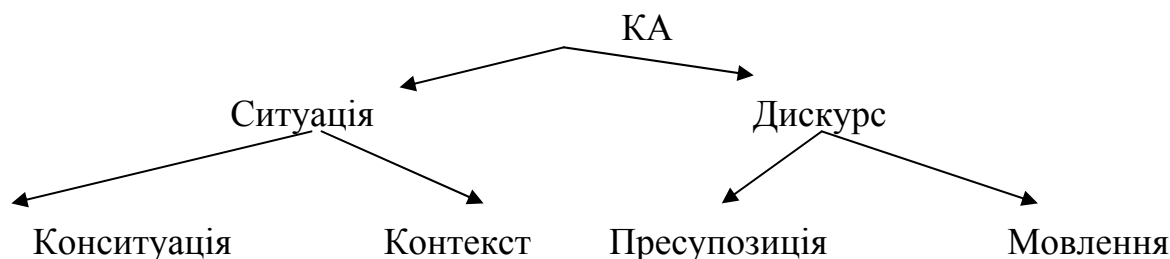
РОЗДІЛ 3. СКЛАДНИКИ КОМУНІКАТИВНОГО АКТУ

План

1. Сутність комунікативного акту і його складники.
2. Прагматичні аспекти комунікації. Компоненти комунікативного акту, пов'язані з учасниками спілкування.
3. Гендерні аспекти спілкування.
4. Комунікативні інтенції. Стратегії і тактики мовного спілкування.
5. Мовленнєва і комунікативна компетенція мовців.

1. Сутність комунікативного акту і його складники

Комунікативний акт (КА) – це процес спілкування, що відбувається в певному місці й часі, результатом якого є дискурс (текст). Російська дослідниця Вікторія Володимирівна Красних [1] виділяє чотири компоненти комунікативного акту.



Ситуація – це фрагмент дійсності, в якому відбувається спілкування. Він уміщує *конситуацію* – умови спілкування і його учасників і *контекст* – приховані й виражені актуальні смисли, що є частина ситуації.

Дискурс – мовленнєво-мисленнєва діяльність учасників спілкування, що включає лінгвістичні й нелінгвістичні компоненти. Він складається з *пресупозиції* – загального фонду знань мовців, зони перетину індивідуальних ментальних просторів і *мовлення* – продукту породження задуму.

Названі В. В. Красних складники являють собою екстралінгвістичний (конситуація), смисловий (контекст і пресупозиція) і лінгвістичний (мовлення) аспекти КА, виділені на основі їх належності до реальності, мовлення і смислу.

2. Прагматичні аспекти комунікації. Компоненти комунікативного акту, пов'язані з учасниками спілкування

Класифікація аспектів спілкування ґрунтується на будь-яких характеристиках учасників комунікації. Із цього погляду до аспектів спілкування належать прагматичні, гендерні, аспекти стратегій і тактик та аспекти компетенції.

Прагматичні аспекти – це аспекти спілкування, пов'язані зі впливом суб'єктів спілкування один на одного й виражені в мові. Відомі чотири види таких аспектів – аспекти спілкування, пов'язані з адресантом, адресатом, відносинами мовців, ситуацією спілкування.

До аспектів спілкування, пов'язаних з адресантом, належать відкрита або прихована мета висловлювання, мовні стратегії і тактики, тип мовної поведінки, установки мовця; оцінка мовцем фонду знань, інтересів, психології, характеру, здібностей адресата; ставлення мовця до повідомлення.

Аспекти спілкування, пов'язані з адресатом, включають інтерпретацію мови, правила виведення прихованих смислів, вплив висловлювання на адресата, тип мовної реакції на отриманий стимул (відхід від прямої відповіді, напад).

Аспекти спілкування, пов'язані з відносинами мовців, включають жанр мовного спілкування та соціально-етикетний бік мови.

До аспектів спілкування, пов'язаних із ситуацією мовлення, належать час, місце й умови спілкування. Від цих аспектів залежить інтерпретація вказівних слів типу *тут, тепер, цей*; вплив на тему спілкування місця комунікації: одна й та ж тема буде по-різному виражатися, якщо ми в гостях, у лікарні, у адвоката і т. д.

До компонентів КА, пов'язаних з усіма чотирма аспектами разом, зараховують також соціальний статус і комунікативну роль. **Соціальний статус** – це схвалений суспільством зразок поведінки, обумовлений станом мовця в соціальній ієрархічній системі (найчастіше його посадою: наприклад, начальник – підлеглий; хоча деякі дослідники зараховують до соціального статусу й чільну роль у сім'ї та системі освіти: батьки – діти, викладач – студент, учитель – учень). Статус характеризує місце людини на вертикальній осі: високий або низький стан займає особистість у суспільстві [3].

Комунікативна роль – це система комунікативної поведінки, обумовлена будь-якими характеристиками адресанта, ситуацією спілкування або установками мовця. До постійних або довготривалих характеристик людини належать: стать, вік, стан у сім'ї, професія (ролі чоловіка, батька, сина, слюсаря, студента і т. п.). Крім того, роль може бути нав'язана ситуацією, в якій опиняється особистість (ролі пасажира, покупця, пацієнта). Рольова поведінка підкоряється певним соціальним нормам, у більшості випадків неписаним, але досить суворим і загальнообов'язковим. Існування цих норм проявляє себе в тому разі, коли вони порушуються. Ми інтуїтивно відчуваємо ці порушення й іноді бурхливо на них реагуємо. Репліка сина-підлітка «Відчіпися, козел!» у відповідь на зауваження батька може стати причиною суворих репресій [3].

Статусно-рольове спілкування засноване на очікуванні того, що мовна особистість буде дотримуватися мовних норм, властивих її стану в суспільстві. Від дитини чекають слухняності, від старця – мудрих суджень, від викладача – знань у сфері викладання, від студента – бажання ці знання отримати. Кожна роль складається зі специфічного набору прав і обов'язків. Уявлення про типове виконання тієї чи іншої ролі формується в стереотипи рольової поведінки. Стереотипи мовної поведінки відображаються в стійких виразах: «облиш прокурорський тон», «кричить, як базарна баба», «начальницький окрик», «дитячий лепет», «учительські інтонації», «поза винного школяра», «командирський голос» і т. п.

Можна виділити два типи ситуацій рольового спілкування: симетричні й асиметричні. Перші характеризуються рівністю соціального статусу співрозмовників. Другі демонструють різне становище учасників комунікації в суспільній ієрархії.

Різні комунікативні ситуації жартівливо ілюструються у відомому оповіданні А. П. Чехова «Толстый и тонкий». У ньому зображено зустріч двох шкільних товаришів: товстого, який щойно пообідав у ресторані, і тонкого, що зійшов з поїзда, нав'ючений валізами.

– *Порфирий!* – *воскликнул толстый, увидев тонкого.* – *Ты ли это? Голубчик мой! Сколько зим, сколько лет!*

– *Батюшки!* – *изумился тонкий.* – *Миша! Друг детства! Откуда ты взялся?*

Спілкування починається в симетричній рольовій ситуації. Але тонкий дізнається, що товариш його став таємним радником (чин, який дорівнює генеральському). І що ж – змінюється характер спілкування:

Тонкий вдруг побледнел, окаменел, но скоро лицо его искривилось во все стороны широчайшей улыбкой: казалось, что от лица и глаз его посыпались искры. Сам он съезжился, сгорбился, сузился... Его чемоданы, узлы и картонки съезжились, поморщились...

– *Я, ваше превосходительство... Очень приятно-с! Друг, можно сказать, детства, и вдруг вышли в такие вельможы-с! Хи-хи-с.*

– *Ну, полно!* – *поморщился толстый.* – *Для чего этот тон? Мы с тобой друзья детства – и к чему тут чиновочитание?*

– *Помилуйте... Что вы-с... – захихикал тонкий, еще более съезживаясь.* – *Милостивое внимание вашего превосходительства... вроде как бы живительной влаги...*

У повсякденному мовному спілкуванні мовна особистість переключається з одних стереотипів рольової поведінки на інші. Таке переключення має велике значення, бо успіх комунікації залежить від того, наскільки мовець і слухач володіють формами мови, відповідними певній ситуації.

Близьким до поняття комунікативної ролі є поняття іміджу. *Імідж* – це тривала ініціативна комунікативна роль мовця, створювана цілеспрямовано і яка формує в оточення уявлення про людину [3].

До групи розглянутих нами понять належить також поняття «*модельної особистості*» – типового представника соціальної групи. Наприклад, у Росії XIX ст. такими модельними особистостями були російський інтелігент, англійський аристократ, німецький офіцер, гусар. В. І. Карасик вважає, що пріоритетними типами в сучасній Росії є БРАТАН, НОВИЙ РУСЬКИЙ і ТЕЛЕВЕДУЧИЙ [6].

«Первый тип – это криминальная личность, узнаваемая по широкой шее (статусно необходимые занятия бодибилдингом), золотой цепи на шее и тюремному жаргону (разборки, наезд, мочить, кидать), специфической интонации (модуляционная манерная растяжка речи, частичная назализация,

удвоение согласных в интервокальной позиции). Ценностной ориентацией Братана является неписанный кодекс вора, который всегда противопоставит официальному закону и прежде всего стражам порядка, считает потерей лица любую работу и живет только сегодняшним днем (завтра высока вероятность оказаться в тюрьме). Отличие современного Братана от прежнего вора состоит в том, что он чувствует себя хозяином положения в стране и легко переходит в статус Нового русского, т. е. молодого малообразованного очень богатого бизнесмена, который сумел сколотить капитал нечестным путем.

Второй тип должен демонстрировать свое богатство в суперлативе (самый дорогой автомобиль, самый шикарный мировой курорт), он одет очень ярко и безвкусно, изъясняется с помощью уголовного жаргона и приблизительных номинаций (характерный определитель – слово типа: «Я, что, типа быдло?»). Значимость этой модельной личности отражена в обширной серии популярных анекдотов. Следует отметить то обстоятельство, что Новый русский соединяет в себе характеристики сказочного дурака (позитивный образ, противостоящий власти) и сумасбродного купца, транжирящего большие средства на виду у бедствующих людей.

Третий тип в отличие от первых двух ассоциируется с властью, является носителем голоса власти и в этом качестве резко противопоставлен тем типам, с которыми себя так или иначе может ассоциировать пассивное большинство населения. Телеведущий отличается высокой степенью интеллекта, образован, его речь безупречна, он свободно владеет иностранным языком, нормами этикета, склонен к тонкому юмору и иронии. Телеведущий является элитарной языковой личностью, языковым экспертом и в этом смысле наследует определенные характеристики модельной личности русского интеллигента, резко отличаясь от последнего нескрываемой эластичностью морали. Выделение модельной личности Телеведущего свидетельствует о значительном возрастании театрального плана политического дискурса. Телеведущий воспринимается многими как представитель чуждой западной цивилизации, в то время как Братан и Новый русский ассоциируются со своими патриархальными нормами поведения. Выделенные модельные личности, разумеется, не исчерпывают богатство социальных типов современной России, но системные корреляции этих ярких прототипных фигур определяют сетку ценностных координат в культурно-языковом сообществе».

До групи розглянутих нами понять близьке також поняття «комунікативної позиції», або его-стану: БАТЬКО, ДОРΟΣЛИЙ, ДИТЯ (за Еріком Берном) [3].

Ідею життєвого сценарію активно розробляють у сучасній психології, наприклад Клод Штайнер у книзі «Сценарії життя людей» [14]. Російський психолог Ірина Лєтова (Москва) називає три негативні сценарії, що ведуть до руйнування особистості: пригнічення спонтанності, зближення з людьми й включеності в ситуацію (ім відповідають життя без радості, без любові, без розуму) [14]. Усе це сценарії життя залежних людей.

Людина не вміє жити спонтанно, вона живе без радості, бо отримала в дитинстві, до 1 року, певні настанови від батьків: наприклад, що робота в житті – найголовніше. Так з'явився образ Залізного Дроворуба із казки О.М. Волкова «Волшебник Изумрудного города» – добра людина без серця.

Інша людина відчуває бар'єри у зближенні з людьми, вона живе без любові. Ядро її сценарію становить позиція, яка полягає в тому, що людина – лише раціональна істота й почуття їй не потрібні. Так з'являється любляча людина без любові.

Третя людина не може бути включеною в ситуацію, вона відсторонена й безпорадна. Імовірно, вона отримала настанову про те, що з неї ніколи не вийде розумна людина. І з'являється образ Страшили.

А може бути й Лев без сміливості. Для всіх цих типів людей їх сценарій життя виявляється найкращим, тому що він звичний і дозволяє розслабитися. Він їм не заважає. Але людина може дійти до стану автономії – самодостатності і свободи, до життя за межами сценаріїв. Це концентрація уваги на собі, яка дозволяє дає змогу бути близьким, спонтанним і включеним у ситуації життя. До 21 року людина в ідеалі може стати автономною. Критерій автономії – життя без напруги, стан свободи й щастя.

3. Гендерні аспекти спілкування

Гендерні аспекти спілкування пов'язані зі статтю людини. На поведінку чоловіків і жінок впливають психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи – типові (повторювані) програми свідомості чоловіків і жінок, що відображають їхнє розуміння своєї ролі в суспільстві. Завдяки цим стереотипам гендерні ролі передаються від покоління до покоління.

Опозиція «чоловіче – жіноче» фундаментальна в людській культурі. У давніх уявленнях Слово, Дух, Небо – батько всього суцього, а матерія, Земля – мати. У китайській культурі їм відповідають поняття Інь та Янь. Результат їх злиття – Всесвіт. В уявленні деяких язичників жінка, навпаки, прирівнювалася до Безодні, першоджерела всього живого у світобудові. У сучасній польській мові слово *жінка* (*kobieta*) має спільний корінь з давньоруським словом *коб'* – «доля». З іншого боку, жінка – символ нижнього світу, гріховності, зла, земного, тлінного.

Цікаво, що в надскладних умовах праці та виживання архаїчних суспільств історики не фіксують гендерних відмінностей. Разом із соціальним прогресом, який дав поділ праці (чоловіки пасли худобу, а жінки вели домашнє господарство), з'явилася гендерна нерівність: чоловіча діяльність підкорила природу й жінок.

У стародавні часи існували гендерні стереотипи матріархату, коли жінка відігравала головну роль у суспільстві. Деякі дослідники намагаються реконструювати їх за допомогою вивчення мови. Так, кемеровська дослідниця М. В. Піменова знаходить багато свідчень матріархату в російській мові [11, 12]. Про це нам говорять не тільки образи снігової баби, баби-яги, царівни-жаби, Василіси Премудрої, Мар'ї Морівни; Варвари-краси, довгої коси; матері

Крихітки-Хаврошечки і т. д., але й етимологія багатьох слів. Наприклад, наявність кореня *-жен-* у російських словах *жениться, жених* показує чільну роль жінки в процесі створення сім'ї: «женить на себе».

У російських казках дівчата-красуні самі вибирали собі чоловіків. Дівчина оголошувала «кастинг», на який приходили всі бажаючі взяти участь у цьому дійстві. До того ж саме за наречену давали півцарства на додачу. Отже, державна влада й майно успадковувалися по жіночій лінії.

Про релікти матріархату свідчать і слова, що описують жіночу любов: *поставити тенета, потрапити в чийсь тенета, заарканити*. Виходить, жінка епохи матріархату видобувала дрібну дичину, птицю й рибу. Також вони були відунками, могли знати майбутнє, минуле й сьогоднішнє. У російських казках книга є атрибут жінок: Василіса Премудра дивиться в книгу, щоб дізнатися, як виконати завдання, що дав цар її чоловікові. Книги виготовляли зі гладкої кори бука. Звідси, за припущенням учених, виникло слово *буква*.

Про домінуючу гендерну роль жінок свідчить і той факт, що назви знарядь праці жінки-господині належать до граматичної категорії жіночого роду (*каструля, піч, плита, чашка, кварта, ложка, виделка, миска, тарілка, площка, ваза*) і мають ознаки, властиві всьому жіночому: округлість, місткість, зв'язок із водою і вогнем.

Абстрактні назви на позначення кінця життя, тимчасових періодів також належать до слів жіночого роду: *життя, смерть, доля, юність, молодість, зрілість, старість*.

Що стосується снігової баби, то цей релікт, збережений тільки в дитячих забавах, несе найважливішу інформацію про модель світу русичів у давнину. Нижня куля снігової баби символізує світ духів, предків («навь»), середня куля – світ живих людей («явь»), верхня куля – світ богів, керуючий двома іншими («правь»). Очі-вуглики – символ Небесного вогню, довгий червоний ніс-морквина (атрибут лелеки) – також символ неба, адже саме лелека, за повір'ями, приносить дітей. Руки-гілочки – відображення світу рослинності, а мітла в руці – це Світове дерево. Важливо, що саме снігова баба, носій жіночого начала, є символ уявлень про світ у давньоруській свідомості.

У сучасній психологічній і езотеричній літературі можна знайти уявлення про *два види гендерних стереотипів: патріархальний і сучасний*. До патріархального стереотипу близький стереотип, відображений у різних духовних джерелах (християнських, ведичних і т. д.). Згідно з патріархальним стереотипом, чоловік відіграє в суспільстві роль покровителя, захисника, добувача, активно діючої особистості. Жінка, навпаки, пасивна в соціумі, але створює атмосферу любові в сім'ї, веде господарство й виховує дітей, а це, у свою чергу, допомагає чоловікові «зростати» в соціальному житті. Вибираючи чоловіка або дружину згідно з патріархальним стереотипом, слід брати до уваги наявність спільних інтересів, теплоту взаємин і бажання спілкуватися. У ведичній традиції пропонуть також, щоб чоловік і жінка були схожі зовні й чоловік був старший за жінку на 5 –

9 років. Однак зауважують: якщо в центрі сімейних відносин є віра в Бога, то всі інші критерії необов'язкові.

Сучасний стереотип протилежний патріархальному і збігається з феміністичним. Він формувався ще з XIX ст. Родоначальницею сучасного фемінізму вважають французьку письменницю-філософа Симону де Бовуар (їй належить книга «Друга стаття»). На початку XX ст. фемінізм презентовано двома ролями: добропорядна жінка й повія. У XXI ст. ролі змінилися: з'явилися роль домогосподарки й роль жінки, яка робить кар'єру. У сучасних пострадянських державах жінка поєднує сімейну та виробничу ролі, однак не бере участі у процесі прийняття рішень. Сьогодні жінка багато в чому взяла на себе роль чоловіка. Вона одягається як чоловік, багато і важко працює, робить кар'єру.

Сучасний російський психолог Анатолій Некрасов у книзі «Материнская любовь» стверджує, що у СРСР і на пострадянському просторі через постійні революції, війни й відновлення після них усю основну роботу в суспільстві брала на себе жінка [10]. Чоловіки ж або сиділи в тюрмах за вільнодумство, або гинули на війні, а якщо залишалися живими, то були психічно надламаними. Тому в жінок пострадянського простору сучасний феміністичний стереотип був сильно підкріпленим. Нехтування чоловіком і надмірна зосередженість на дітях стали для жінок серйозною психологічною проблемою.

Американський психолог Джуді Кур'янська вказує на новий критерій вибору своєї «другої половинки» у світі, де панує сучасний феміністичний стереотип. Ролі чоловіка й жінки можуть бути різними, можливі невідповідності: у зовнішності, освіті, звичках, заробітку і т. д. Важливо інше – наскільки партнери готові до змін заради один одного. У книзі «Як знайти чоловіка своєї мрії» [7] Кур'янська методично привчає жінок змінювати свої «запрограмовані» вимоги до партнера: наприклад, замість «красивий» – «людина приємної зовнішності», замість «багатий» – «здатний знайти гроші, коли вони потрібні» і т. д.

Розглянемо психологічні, комунікативні та лінгвістичні особливості чоловіків і жінок [1].

Чоловік	Жінка
1. Автономні, незалежні.	1. Взаємозалежні, віддають перевагу партнерському спілкуванню, намагаються зменшити дистанцію.
2. Властива самотність.	2. Краще почуваються в колективі, більш здатні до соціальної орієнтації, спрямовані до екстраверсії. Дружні, дбайливі, частіше співчують, активні. Більше схильні до любові, вільніше висловлюють емоції, потребують того, щоб поділитися переживаннями.

<p>3. Авторитарні, наполегливі, схильні до лідерства, інтелектуальні. Самооцінка залежить від успіху у сфері діяльності. Вона стабільна і зазвичай вища, ніж у жінок. Стель спілкування предметний, змагальний, конфліктний, емоційно стриманий, аналітичний, маніпулятивний, ієрархічний (орієнтуються на соціальний статус, владу).</p> <p>4. Здібні в просторових і математичних галузях знань.</p> <p>5. У сфері моралі діють за принципом: не потрібно втручатися в чуже життя</p> <p>6. У спілкуванні вважають важливішою інформацію.</p> <p>7. Бажання та пропозиції висловлюють прямо.</p> <p>8. У конфліктній ситуації поведуться раціонально.</p> <p>9. Не звертаються по допомогу.</p> <p>10. У мові переважають іменники й дієслова.</p>	<p>3. Емоційна мова.</p> <p>4. Здібні у мовній сфері.</p> <p>5. У сфері моралі більше ситуативні: вважають за необхідне втрутитися, якщо потрібна допомога</p> <p>6. У спілкуванні вважають важливішою саму атмосферу спілкування.</p> <p>7. Характерно непряме висловлювання бажань у формі питань. Частіше відмовляються від своїх поглядів</p> <p>8. У конфліктній ситуації поведуться емоційно.</p> <p>9. Легко звертаються по допомогу.</p> <p>10. У мові переважають прикметники і прислівники, актуалізатори (<i>так, ти що?</i>), сигнали зворотного зв'язку, ввічливі слова, неточне називання предметів (<i>ця штучка</i>), більше слів із значенням невпевненості (<i>напевно, здається</i>)</p>
--	---

Про жіноче і чоловіче призначення цікаво пише Девід Дейда (США) у книзі «Шлях справжнього чоловіка» [4].

Чоловік	Жінка
1. Бездоганне виконання важливої місії. Ось чому чоловіки годинами ладні	1. Емоційність і вивільнення чуттєвості. Серіали, сентиментальні романи,

<p>дивитися футбольний матч або бокс: спорт пронизаний прагненням до перемоги, подоланням перешкод.</p>	<p>задушевні бесіди з друзями – для жіночних. Вони прагнуть випробувати кохання, а якщо воно все не приходить – утішають себе шоколадом, тортиком або переглядом мелодрами.</p>
<p>2. Відносини мужнього батька зі своїми дітьми будуть лише частиною його головного призначення.</p>	<p>2. Домінанта жіночності – пульсація любові, яка живить відносини партнерів. Якщо жінка жіночна (завжди або тільки на нинішній стадії) – її життєвим пріоритетом будуть взаємини, наповнені любов'ю. Глибокий зв'язок із дітьми набагато важливіший для неї, ніж для чоловіка.</p>
<p>3. Найбільше, що чоловік може подарувати жінці, – це вміння розкрити її серце. Найвище служіння жінці – допомогти їй довіритися цій силі, дозволити стати океаном енергії, без берегів і дна. І потім це серце вона віддасть вам.</p>	<p>3. Часто випробовує на міцність здатність свого чоловіка зберігати спокій у будь-яких ситуаціях, тому з таким азартом вишукує слабкі місця. Хоче відчувати чоловіка, оскільки їй подобається пробуджувати в ньому силу.</p>
<p>4. Говорить те, що думає.</p>	<p>4. Каже те, що відчуває. Жінки не надають такого значення своїм обіцянкам. Не тільки слова, а й самі факти займають в їхній свідомості дуже скромне місце, порівняно з емоціями й постійною зміною настрою. Коли ви чуєте від неї «я тебе ненавиджу», або «більше на цей курорт мене не зтягнеш», або «ніколи не любила шоколадних цукерок», слід знати, що це аж ніяк не висновки, зроблені на основі досвіду й подій усього попереднього життя. Це, здебільшого, лише відбиток швидкоплинного миттєвого настрою. Для жінок правда – вельми відносно поняття, порівняно з силою почуттів у кожний конкретний момент.</p>
<p>5. Удосконалюється, відповідаючи на виклик.</p>	<p>5. Розкривається, відгукуючись на схвалення свого коханого. Жінці потрібен не виклик, а підтримка. Не осуд, а схвалення. Фраза «я обожаю витончені форми твого тіла» може спонукати її зайнятися ранковою</p>

<p>6. Що ж стосується звільнення духу, його основний ворог – прагнення безпеки й комфорту. Це війна з власним его. Потрібні суворі методи. Їх у чоловіка два: практика усамітнення або безстрашний виклик власному его. У цьому випадку мається на увазі, що ви повністю виключили: газети, радіо, телевізор. Дайте незадоволеності проявитися. Інший спосіб вибратися з глухого кута – кинути виклик своїм страхам і слабкостям. Боїтеся висоти? Ідіть в альпіністи. Не любите скупчення людей? Ставайте оратором. А є ще й третій спосіб – «запитування» найголовнішого в житті питання. Кому ставити це питання? Собі, Богові, небесам, світобудові – неважливо</p>	<p>зарядкою, але побажання «дуже сподіваюся, що ти більше не набереш жодного грама зайвої ваги» призведе лише до того, що вона піде й наїсться з горя шоколадних цукерок.</p> <p>6. Для повернення втраченої жіночності жінка повинна відпустити всі свої «гальма». Співати, танцювати, заливаючись, від душі сміятися і дні безперервно проводити з подругами, продовжуючи це спілкування телефоном далеко за північ. Її розум і тіло розслабляться, і вона забуде всі ті чоловічі замашки, які перейняла від чоловіків. Вічно похмурий погляд, тривожні симптоми захворювань (особливо гінекологічних) – явний знак того, що вам пора відпускати свою улюблену на збіговисько її подружок). І вона повернеться звідти повна чарівності і знову розквітлої жіночості</p>
--	---

4. Комунікативні інтенції. Стратегії і тактики мовного спілкування

Важливими чинниками людського спілкування є такі: наміри, стратегії і тактики спілкування.

Комунікативна інтенція – це усвідомлений або інтуїтивний намір адресанта спілкуватися, відображений у внутрішній програмі його мовлення, і способи його втілення. Джерелом наміру є людська потреба в спілкуванні, бажання знайти доповнення собі в іншій особистості. Тип наміру впливає на жанр спілкування: переконання, сварка, обговорення, з'ясування, випитування і т. д. Наміри діляться на існуючі в процесі побудови мовного акту і ті, що виникають після завершення мовного акту. Приклад описаних інтенцій – безпосередня й відставлена амортизація, запропонована російським психологом М. Литваком (Ростов-на-Дону) у книзі «Психологічне айкідо» [8]. Амортизацію, або пом'якшення конфліктної ситуації, він вважає необхідною умовою вирішення конфліктної комунікації. Вона полягає у згоді зі співрозмовником-агресором доки, поки він не заспокоїться. Намір пом'якшити конфліктну ситуацію під час її перебігу можливий тільки в добре тренованих у психологічному розумінні людей. Тому необхідна відставлена амортизація. Розглянемо *безпосередню амортизацію*.

На агресивний випадок «Ви дурень!» М. Литвак рекомендує відповісти приблизно так: «Як ви швидко зметували, що я дурень. Мені стільки років

доводилося від усіх це приховувати. За вашої проникливості вас чекає велике майбутнє! Я просто здивований, що вас дотепер начальство не оцінило гідно!» Можна попросити кривдника взяти шефство над собою. Можна поскаржитися на несправедливість життя. «Все-таки дурням щастить! Я, дурень, перебуваю з розумним, а вам, розумному, треба мати справу з дурнем! Несправедливо життя влаштоване!»

Стратегія мовного спілкування – це оптимальна реалізація намірів мовця щодо досягнення конкретної мети; контроль і вибір ходів спілкування, їх гнучкої видозміни в конкретній ситуації.

Тактика спілкування – це певна лінія поведінки на конкретному етапі комунікативної взаємодії; мовні прийоми досягнення мети.

Відомі стратегії і тактики побудови різних жанрів спілкування: дружні розмови, комплімент, світське спілкування. Для жанру розмов характерно непередбачуваність, мінливість тем під впливом об'єктів, які потрапляють у кут зору. Для жанру компліменту – це любовна увага до співрозмовника, відповідність людині й ситуації, вишуканість. Для жанру світського спілкування – це заборона грубих та інтимних тем.

І. Н. Горєлов стверджує, що вся різноманітність мовних форм, уживаних у стані конфлікту, можна звести до трьох типів мовних стратегій: *інвективної, куртуазної, раціонально-евристичної* [3]. Як єдиний принцип типології тут виступає стиль поведінки, який застосовує мовна особистість для зняття напруження. Охарактеризуємо кожен.

1. Інвективна стратегія конфліктної поведінки демонструє знижену знаковість: лайливі слова тут відображають емоційно-біологічні реакції і виливаються в афективну розрядку у формі лайки (інвективи).

2. Куртуазна стратегія, навпаки, відрізняється підвищеною семіотичністю мовної поведінки, обумовленою тяжінням мовця до етикетних форм соціальної взаємодії. Крайня форма виявлення афекту – плач.

3. Раціонально-евристична стратегія мовної поведінки в ситуації конфлікту спирається на розсудливість, здоровий глузд. Цей тип розрядки тяжіє до сміху як афективної реакції. Негативні емоції в цьому випадку виражаються приховано. Для ілюстрації візьмемо типову конфліктну ситуацію сімейного спілкування: чоловік безуспішно шукає вранці свої шкарпетки, що викликає крайнє роздратування дружини.

Чоловік: Ти випадково не знаєш, де мої шкарпетки?

(Інвективний тип) Дружина: Іди до біса зі своїми шкарпетками! Я тобі не хатня працівниця! Йолоне!

(Куртуазний тип) Дружина: Якщо тобі, звичайно, не важко, будь такий добрий, клади свої шкарпетки на місце!

5. Комунікативна компетенція мовців

До комунікативної компетенції зазвичай належать навички застосування мови в конкретній ситуації спілкування та вміння розуміти співрозмовника й

ефективно впливати на нього. Вона включає: а) здатність реалізовувати комунікативні наміри за допомогою структури повідомлення; б) вміння обирати ефективну стратегію в спілкуванні. І. Н. Горелов виділяє 3 рівні комунікативної компетенції мовців [3]. Як єдина основа тут виступає тип домінуючої установки відносно іншого учасника спілкування.

Конфліктний тип демонструє установку проти партнера з комунікації. Вона відображає прагнення одного з учасників спілкування самоствердитися за рахунок співрозмовника. Зазначений тип має два різновиди: конфліктно-агресивний і конфліктно-маніпуляторський.

Конфліктно-агресивний підтип характеризується тим, що один з учасників (або обидва) демонструє комунікативному партнеру агресію, яка викликана прагненням бачити в його поведінці ворожість. Агресор – неповноцінна в соціально-психологічному відношенні особистість. Щоб відчуті соціальну повноцінність, комунікант такого роду має завдавати співрозмовнику морального дискомфорту («сказати гидоту»). Крайньою формою вербальної агресії стає *комунікативний садизм*, коли партнер зі спілкування стає об'єктом словесного знущання.

Повна жінка похилого віку, проитовхуючись у транспорті до виходу: Та ти даси мені вийти, чи що, дура!

Жінка років сорока: Та чого ж ти розкричалася, кобила стара!

Агресія може мати вигляд неявно вираженого ставлення, натяку, «колючості». Подібний різновид куртуазної агресії добре ілюструє анекдот:

Розмовляють дві літні подруги.

– Які ми з тобою колись були гарні. Особливо я.

– Так. А тепер ми такі страшні. Особливо ти.

Куртуазна конфліктність може виявлятися у формі так званого комунікативного *саботажу*, коли на поставлене запитання відповідають запитанням.

Студентка, заглядаючи на кафедру:

– Вибачте, а Петренко сьогодні буде?

– Не Петренко, а Іван Миколайович. Ви що, не знаєте, що до викладача потрібно звертатися на ім'я та по батькові?

Конфліктно-маніпуляторський підтип мовної поведінки орієнтований на комунікацію, у ході якої один з учасників спілкування насамперед бачить у своєму співрозмовникові об'єкт маніпуляції. Маніпулятор самостверджується, ставлячи співрозмовника на нижчу, порівняно із собою, статусну позицію. Він не відчуває поваги до адресата свого висловлювання, вважаючи його за інтелектуальними й етичними якостями менш розвиненим. Домінуюча установка в мовній поведінці подібної мовної особистості – нав'язування своєї думки і взагалі перебільшення авторитетності свого життєвого досвіду (*Я вважаю ...; Ти повинен (а) ...; Я б на твоєму місці ... і т. п.*). У ході спілкування маніпулятор виявляється в повчаннях, порадах, диктаті, а крім того, в манері, задавши питання,

не дослухати відповідь на нього або ж самому дати відповідь, у безцеремонній зміні теми через перебивання співрозмовника.

Центрований тип мовної поведінки характеризується наявністю в одного (або в обох) з учасників спілкування установки на ігнорування партнера з комунікації.

Активно-центований підтип (активний егоцентрик) відрізняється перебиваннями співрозмовника, довільними змінами теми розмови і т. д. Активний егоцентрик не здатний погодитися з поглядом іншого учасника спілкування. Він будує своє спілкування так, як дитина грає в м'яч зі стіною: просить поради і тут же каже про прийняте рішення, ставить запитання і сам на нього відповідає, визначає тему розмови і сам її розвиває, не даючи партнеру з комунікації вставити слово, висловити своє враження. Суб'єктивно він відчуває ілюзію повноцінної комунікації і, як правило, отримує від спілкування задоволення, не помічаючи дискомфорту, який відчуває співрозмовник.

Пасивно-центований підтип характеризується спрямованістю одного з комунікативних партнерів у власний внутрішній світ. Такий пасивний егоцентрик зазвичай має вигляд неуважної людини. Він насилу здатний вийти за межі власного внутрішнього світу. Зазвичай мовна поведінка такої особистості містить невідповідність обраних мовцем тактик ситуації спілкування й наміру співрозмовника, що свідчить про невміння переключитися на погляди слухача. Це ж виражається в згадуванні імен, невідомих співрозмовнику, у неадекватних реакціях (репліках невлад); у переведенні розмови на теми, які стосуються тільки мовця, і повній відсутності інтересу до тем, що цікавлять слухача і т. п.

Кооперативний тип мовної поведінки відрізняється домінуючою настановою у спілкуванні на партнера комунікації.

Кооперативно-конформний підтип характеризується тим, що один з учасників спілкування демонструє згоду з думкою співрозмовника, навіть якщо він не цілком поділяє її. Як правило, це є наслідок боязні конфлікту, конфронтації. Така налаштованість виявляється в демонстрації інтересу до іншого учасника комунікації у вигляді уточнюючих запитань, підтакуванні, прояві співчуття, розради, компліменту і т. д. У реальному спілкуванні зазвичай це має вигляд імітації налаштованості на комунікативного партнера:

- *Я не знаю, невже N вічно збирається на шиї в матері сидіти?*
- *Не знаю, не знаю.*
- *Пора врешт-решт їй самій гроші заробляти!*
- *Та вже взагалі-то пора ...*
- *Досить з батьків тягнути!*
- *Так, звичайно ...*

Кооперативно-актуалізаторський підтип мовної поведінки відображає вищий рівень комунікативної компетенції людини за здатністю до мовленнєвої кооперації. У цьому випадку мовець керується основним принципом, який можна визначити як прагнення поставити себе на місце співрозмовника, поглянути на ситуацію його очима. Принциповою відмінністю поведінки актуалізатора від

конформіста виступає подвійна перспектива в спілкуванні: орієнтація не тільки на комунікативного партнера, а й на себе. При цьому кооперативний актуалізатор, поважаючи думку іншого учасника спілкування, співпереживаючи йому, зовсім необов'язково має в усьому з ним погоджуватися. Більше того, як це не парадоксально, у деяких випадках поведінка актуалізатора може нагадувати методи маніпулятора і навіть агресора.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Виписати з підручника Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики» (с. 318 – 342) визначення базових понять теорії комунікації, названих у лекції:

1) поняття, які описують складники комунікації (комунікація = спілкування = комунікативна діяльність, комунікативна дія = комунікативний акт, комунікативна ситуація, комунікативний ефект, комунікативна невдача (девіація), комунікативний шум, комунікативний паспорт мовця);

2) поняття, які описують засоби комунікації (мовленнєва діяльність, мовленнєвий акт, мовний код, невербальні засоби спілкування);

3) поняття, які стосуються того, про що повідомляється (інформація, значення, комунікативний зміст, повідомлення, пресупозиція).

2. Зробити конспект розділу «Компоненти комунікації» підручника Ф. С. Бацевича «Основи комунікативної лінгвістики» (с. 51 – 68):

1) загальна характеристика;

2) канали комунікації;

3) комунікативний шум;

4) невербальні компоненти спілкування;

5) ситуативний контекст спілкування.

3. Законспектувати матеріал за темою «Міжкультурна комунікація» (Ф. С. Бацевич «Основи комунікативної лінгвістики» (С. 251 – 271):

1) вплив національно-культурних факторів на процес спілкування;

2) аспекти мовного коду в міжкультурній комунікації;

3) етноспецифіка комунікативної поведінки;

4) національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету;

5) комунікативні табу;

6) максими спілкування;

7) невербальні особливості міжкультурної комунікації.

ТЕСТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»

1. Комунікативна лінгвістика досліджує:
 - а) закони комунікації; процеси, які відбуваються в людській свідомості під час мовлення; емоційно-експресивні мовні прояви людини;
 - б) закони комунікації, організацію засобів мови та інших знакових систем; вплив на засоби мови психічних, соціальних, когнітивних, культурних чинників;
 - в) вплив на засоби мови психічних, соціальних, когнітивних, культурних факторів; жанри і стилі комунікації; способи зберігання, переробки і формування знань у свідомості людини.

2. До базових понять комунікативної лінгвістики належать:
 - а) монолог, полілог, діалог, невербальні засоби спілкування, інформація, комунікативний смисл;
 - б) комунікативний акт, комунікативна невдача, мовна діяльність, хезитації, мовний жанр, адресат;
 - в) комунікативний акт, комунікативна невдача, мовна діяльність, невербальні засоби спілкування, інформація, комунікативний смисл.

3. Комунікативний ефект – це:
 - а) досягнення адресатом адекватної комунікативної реакції адресата;
 - б) збій у спілкуванні, причиною якого є недостатня компетенція адресанта;
 - в) повідомлення про предмети, факти, події за допомогою вербальних і невербальних засобів.

4. Методиками структурного аналізу є:
 - а) опозиційний, трансформаційний аналіз, аналіз побутового діалогу, аналіз складних пар;
 - б) аналіз побутового діалогу, аналіз складних пар, дистрибутивний і компонентний аналіз;
 - в) дистрибутивний, компонентний, опозиційний, трансформаційний аналіз, методика безпосередніх складників.

5. Трансакційний аналіз передбачає вивчення:
 - а) аналізу міжособистісних відносин з урахуванням психологічних ігор і сценаріїв;
 - б) соціального, психологічного та духовного контексту, що стоїть за текстом;
 - в) кількісних характеристик змісту і правил комунікації.

6. До групи базових понять теорії комунікації, що характеризують засоби комунікації, належать:

- а) інформація, значення, смисл;
- б) мова, мовленнєва діяльність, невербальні засоби спілкування;
- в) комунікативний акт, комунікативна невдача, комунікативний ефект.

7. Значення слова – це:

а) зміст вербальних і невербальних одиниць, що формується в комунікативному акті як результат намірів мовців у конкретній ситуації спілкування;

б) прихований компонент повідомлення, що робить його повноцінним і актуальним у смисловому плані;

в) узагальнений образ предмета, пов'язаний з конкретною мовною одиницею у свідомості мовця.

8. Модель «Комунікація як інтеракція» асоціюється з метафорою:

- а) тенісу;
- б) уколу або пострілу;
- в) танцю.

9. Контекстність спілкування полягає в такому:

а) кожний партнер з мовлення накладає свою «рамку» на інформацію, що надходить до нього;

б) у процесі спілкування важливі розуміння, оцінка, співучасть слухача;

в) усі наші комунікативні дії в сьогоденні відбуваються під впливом минулого і впливають на майбутнє.

10. Контекст і ситуація – це:

а) реакція адресата на повідомлення, що допомагає мовцеві орієнтуватися в дієвості своїх аргументів;

б) місце і час спілкування, наявність/відсутність безпосереднього контакту, кількість учасників спілкування, його офіційність/неофіційність;

в) вибіркове сприйняття, смислові перешкоди, інформаційні перевантаження, слабкий зворотний зв'язок.

11. До компонентів інших систем належать:

а) жести, міміка, рухи й положення тіла, відстань між тими, хто говорить; організація простору спілкування;

б) схеми, графіки, малюнки, одяг, кольори макіяжу, запахи;

в) одиниці різних мовних рівнів.

12. Недоліком звукового каналу спілкування є:

а) неможливість передавати інформацію на велику відстань;

- б) неможливість створювати тексти за допомогою нього;
- в) необхідність спеціального навчання.

13. Людина найменше може контролювати:

- а) брови;
- б) очі;
- в) губи.

14. Проксеміка – це:

- а) значуще для комунікації положення тіла;
- б) рухи тіла;
- в) просторове розташування людей у процесі спілкування.

15. Інформаційний шум – це:

- а) місце і час спілкування, наявність або відсутність безпосереднього контакту;
- б) вибіркоче сприйняття, смислові перешкоди, інформаційні перевантаження, слабкий зворотний зв'язок;
- в) обмеження, що накладаються на інформацію в процесі комунікації.

16. Зворотній зв'язок – це:

- а) вибіркоче сприйняття, смислові перешкоди, інформаційні перевантаження, слабкий зворотний зв'язок;
- б) внутрішні та зовнішні обмеження, що накладаються на інформацію в процесі спілкування;
- в) реакція адресата на повідомлення, що допомагає мовцеві орієнтуватися в дієвості своїх аргументів.

17. Перевагами тактильного каналу спілкування є:

- а) точність передачі інформації, неприв'язаність до часу і простору;
- б) важливість вираження ласки, фізичного контакту в повсякденному спілкуванні;
- в) економність, можливість передавати інформацію від покоління до покоління.

18. Властивостями комунікації як соціального конструювання є:

- а) односпрямованість, історичність, динамічність;
- б) контекстність, історичність, динамічність;
- в) протяжність, історичність, наявність зворотного зв'язку.

19. Дискурс – це:

- а) фрагмент дійсності, про який ідеться в комунікації;
- б) умови спілкування і його учасники;

в) невербалізована мовленнєва та мисленнєва діяльність, що включає лінгвістичні та нелінгвістичні компоненти.

20. Пресупозиція – це:

- а) приховані або виражені реальні смисли, які є частина ситуації;
- б) загальний фонд знань мовців;
- в) результат породження задуму.

21. З адресантом пов'язані такі аспекти спілкування:

- а) інтерпретація мови і тип мовної реакції на отриманий стимул;
- б) мовні стратегії і тактики, оцінка адресата;
- в) соціально-етикетний бік мови.

22. Комунікативна роль – це спосіб поведінки, обумовлений:

- а) віком, статтю, сімейною роллю і т. д.;
- б) комунікативною компетенцією мовця;
- в) посадою мовця.

23. На поведінку чоловіків і жінок впливають:

- а) психофізіологічні особливості та імідж;
- б) психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи;
- в) гендерні стереотипи та ситуації в суспільстві.

24. Тактикою ведення спору з фарисеями Ісуса Христа в романі Шмітта «Євангеліє від Пілата» є:

- а) пауза в спілкуванні з метою звільнення співрозмовників від агресії; постановка питання, що змушує побачити себе з боку; апеляція до авторитетів;
- б) раптовість; постановка питання, що змушує побачити себе з боку; слова про свою любов до кожного, навіть до ворога;
- в) пауза в спілкуванні з метою звільнення співрозмовників від агресії; постановка питання, що змушує побачити себе з боку; слова про свою любов до кожного, навіть до ворога.

25. Мислення людей:

- а) частково залежить від структури рідної мови;
- б) не залежить від структури рідної мови;
- в) не визначається практичною діяльністю.

26. Тубільці Західної Африки зрозуміли сюжет «Гамлета» Шекспіра по-своєму через:

- а) через погану гру акторів;
- б) несхожість своїх культурних уявлень з культурними уявленнями англійців;

в) нерозуміння мови.

27. Прикладом стереотипу для української культури є судження:

- а) «кліщ – хуліган»;
- б) «швець не тільки шиє одяг, але й схильний випивати»;
- в) «свиня – чиста тварина».

28. Національний стереотип – це:

- а) вираження за допомогою засобів мови ідей, понять і почуттів, що мають символічне значення для даної культури;
- б) однобічний образ предмета, заснований на невеликій кількості рис оцінного характеру, типових для всього класу предметів;
- в) образ етнічної чи національної групи, що передбачає наявність певної риси в усіх її представників.

29. Національна специфіка менталітету зумовлена:

- а) природно-кліматичними умовами, способом господарювання;
- б) історією відносин з іншими країнами;
- в) бажанням представників народу.

30. Комунікативне табу – це:

- а) мовні, тематичні та контактні заборони в спілкуванні;
- б) образ етнічної чи національної групи, що передбачає наявність певної риси в усіх її представників;
- в) система стандартних словесних формул, уживаних у повторюваних ситуаціях повсякденного життя.

31. До мовних табу належить:

- а) вживання власних імен невдах і злих людей;
- б) розпитування гостя, хто він і куди йде;
- в) повідомлення про свою освіту та соціальний статус.

32. Темп мовлення найшвидший:

- а) у естонців і фінів;
- б) росіян і українців;
- в) французів та італійців.

33. Пізнавальна функція спілкування – це:

- а) пробудження в партнера з мовлення певних почуттів;
- б) адекватне розуміння повідомлень;
- в) усвідомлення своєї ролі, свого соціального статусу в спілкуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бацевич, Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики [Текст] / Ф. С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
2. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ: Лингвистика языкового существования [Текст] / Б. М. Гаспаров. – М.: Нов. литератур. обозрение, 1996. – 352 с.
3. Горелов, И. Н. Основы психолингвистики [Текст] / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М., 2001. – 304 с.
4. Дейда, Д. Путь настоящего мужчины [Текст] / Д. Дейда. – К.: София. – 107 с.
5. Зарецкая, Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации [Текст] / Е. Н. Зарецкая. – 4-е изд. – М.: Дело, 2002. – 480 с.
6. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
7. Курьянски, Джуди. Как найти мужчину своей мечты [Текст]: Пер. с англ. / Дж. Курьянски. – М.: Мирт, 1995. – 413 с.
8. Литвак, М. Е. Психологическое айкидо: Учеб. пособие [Текст] / М. Е. Литвак. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – 150 с.
9. Межличностная коммуникация: теория и жизнь [Текст] / О. И. Матьяш [и др.] – СПб.: Речь, 2011. – 560 с.
10. Некрасов, А. Материнская любовь [Текст] / А. Некрасов. – М.: АСТ, Астрель, 2008. – 310 с.
11. Пименова, М. В. Концептуальные исследования. Введение [Текст]: учеб. пособие / М. В. Пименова, О. Н. Кондратьева. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 176 с.
12. Пименова, М. В. Языковая картина мира [Текст]: учеб. пособие / М. В. Пименова. – Изд. 3-е, доп. – СПб.: СПбГУ, 2011. – 106 с.
13. Селіванова, О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія [Текст] / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
14. Летова, І. Психологический кабинет Ирины Летовой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://letova.com>

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. Теорія мовленнєвої комунікації як наука та навчальна дисципліна	4
Розділ 2. Природа і компоненти комунікації	10
Розділ 3. Складники комунікативного акту	24
Завдання для самостійної роботи	38
Тести з дисципліни «Основи теорії мовленнєвої комунікації»	39
Список використаної літератури	44