

3. Мюллер В.К. Полный англо-русский русско-английский словарь. 300000 слов и выражений [Электронный ресурс] / Владимир Карлович Мюллер. – М.: Эксмо, 2013. – 1329 с. – Режим доступа : <http://www.classes.ru/dictionary-english-russian-Mueller.htm>

¹ Сохранены орфография и пунктуация первоисточника.

Мельник М. В., асп.,
НПУ імені М. П. Драгоманова, Київ

РОСІЙСЬКО-АНГЛІЙСЬКІ ЛЕКСИЧНІ ДИВЕРГЕНТИ У ВІРТУАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена вивченню та аналізу явища російсько-англійської лексичної інтерференції в комп'ютерному дискурсі. Автор робить спробу виділити основні словотворчі моделі російської мови для утворення слів-гібридів (або лексичних дивергентів).

Ключові слова: лексична інтерференція, лексичні дивергенти, інтерферемі-іменники, інтерферемі-дієслова, інтерферемі-прикметники.

M. V. Melnyk

National pedagogical university named after M. P. Dragomanov, Kiev

LEXICAL RUSSIAN-ENGLISH DIVERGENTS IN VIRTUAL DISCOURSE

The article is devoted to study and analysis of the Russian-English lexical interference phenomenon in the computer discourse. The author tries to mark basic Russian word creation models for hybrid-words (lexical divergents) coinage.

Key words: lexical interference, lexical divergents, interferents-nouns, interferents-verbs, hybrid interferents

УДК 81'1'42

Михайлець В. А., асп.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

КООПЕРАТИВНЕ ТА КОНФЛІКТНЕ СПІЛКУВАННЯ: УЗАГАЛЬНЕННЯ ТЕОРЕТИЧНОЇ БАЗИ

У статті узагальнено погляди на комунікативне і конфліктне спілкування та лінгвістичні й екстралінгвістичні чинники, що впливають на вдалий перебіг комунікації. У контексті типології взаємодії між людьми у світлі комунікативної лінгвістики визначені поняття кооперації та конфлікту, комунікативної цілі, стратегії і тактики, комунікативної особистості, соціальної ролі та статусу мовців.

Ключові слова: кооперативне та конфліктне спілкування, комунікація, конфлікт, кооперація, типологія взаємодії між людьми.

Існування людини неможливе без взаємодії з іншими. Саме у ході спільної діяльності та з приводу неї організовується комунікація. Спілкування – не лише процес відправлення інформації однією системою та її отримання іншою. Це взаємодія двох і більше суб'єктів, в основі якої лежить взаємне їх інформування та інтерпретація, а також вплив один на одного.

Дослідження конфлікту і кооперації між індивідами постає проблемою **актуальною** для сучасної нам *homo loquens*. Незважаючи на достатньо глибоке дослідження цих феноменів, необхідним є уточнення понять, пов'язаних із плануванням та реалізацією мовцем бажаного типу комунікативної взаємодії.

Таким чином, **об'єктом** даної статті є теоретичні та практичні розвідки науковців у царині комунікативної лінгвістики, а **предметом** є уточнення визначень понять, пов'язаних із взаємодією між людьми та комунікації.

Проблемою кооперативного та конфліктного спілкування займалися численні дослідники: Е. Берн, П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Ліч, М. Бергельсон, І. Голубовська, О. Іссерс, І. Корольов, К. Сєдов тощо. **Метою** ж нашого дослідження є узагальнення наявної інформації та уточнення основних понять, пов'язаних з різними типами спілкуванням.

Новизна дослідження полягає в окресленні та розширенні чинників, які сприяють реалізації комунікації: типологія взаємодії між людьми, зміст та стиль взаємодії, комунікативні цілі, стратегії тактики, комунікативна особистість, принцип кооперації та ввічливості, дистанції.

Має рацію М. Томаселло, кажучи, що людська комунікація в основі своїй має ідею співробітництва і найбільш органічно здійснюється у контексті 1) спільного знання (*common conceptual ground*) та 2) кооперативних комунікативних мотивів (*cooperative communicative motives*), існування яких взаємно передбачається [17, 6].

Звернімося до поняття типології взаємодії між людьми, що являє собою класифікацію взаємодії за її направленістю. Найпоширенішим є дихотомічний поділ: кооперація і конкуренція (згода і конфлікт, пристосування і опозиція). Залежно від варіанту взаємодії вибудовуються і стосунки між особистостями: 1) *співпраця*, спрямована на повне задоволення учасниками взаємодії своїх потреб (реалізується мотив або кооперації, або конкуренції); 2) *протидія*, що передбачає орієнтацію на свої цілі без урахування цілей партнерів (індивідуалізм); 3) *компроміс*, що реалізується в частковому досягненні цілей партнерів заради умовної рівності; 4) *поступливість*, що передбачає жертвування власними інтересами для досягнення цілей партнера (альтруїзм); 5) *унікання*, яке являє собою відхід від контакту, відмову від здійснення власних цілей для виключення виграшу іншого [9, 332].

Більшість науковців вважають двома основними різновидами людського спілкування кооперативне і конфліктне. Спираючись на психологічне осмислення проблеми [Платонов, Муравьєва], ми приймаємо таке робоче визначення поняття «конфлікт» (*лат. conflictus* – зіткнення, сутичка): конфлікт є видом спілкування, в основі якого лежать реальні чи ілюзорні, об'єктивні чи суб'єктивні і по-різному усвідомлені протиріччя у цілях комунікантів, на фоні гострих емоційних станів [12, 59]. Кооперація (*лат. cooperatio* – співробітництво) – це спільна участь людей у різноманітній

діяльності. Звертаючись до термінів Томаселло, можемо трактувати кооперативну комунікацію як частину процесу адаптації людини до соціальної діяльності і соціально-культурного життя в цілому. Цей процес включає соціально-когнітивні навички, спрямовані на створення спільних намірів мовців, а також їхнього мотивування допомагати та ділитися з іншими [17, 4-10]. Кооперацію теж можна вважати видом спілкування, коли протиріччя відсутні або суттєво вплинути на взаємодію вони не можуть.

Будь-яка взаємодія завжди присутня у вигляді двох компонентів: змісту та форми. Коли йдеться про мовлення, формою вважати, у тому числі, стиль. Зміст визначає, з приводу чого розгортається взаємодія. Стиль вказує на спосіб взаємодії з оточуючими, який може бути продуктивним, тобто таким, що сприяє здійсненню вдалої комунікації, та непродуктивним, яким заважає реалізації задумів мовців. Стиль залежить від таких критеріїв: 1) характер активності в позиції партнерів (в продуктивному стилі – поряд із партнером, у непродуктивному – над ним); 2) специфіка висунутих цілей (партнери спільно розробляють як близькі, так і дальні цілі vs домінуючий висуває лише близькі цілі, не обговорюючи їх з партнером); 3) ступінь відповідальності (за результати відповідальні усі учасники vs уся відповідальність на домінуючому); 4) характер стосунків між партнерами (доброзичливість і довіра vs агресія, образа та роздратування); 5) особливості функціонування механізму ідентифікації-відособлення (ідентифікація і відособлення vs крайні форми ідентифікації і відчуження) [9, 317].

Можна стверджувати, що як і будь-яка діяльність, комунікативна поведінка описується у поняттях «ціль», «стратегія» і «тактика». Кожна людина є унікальною за своїми психо-фізіологічними характеристиками, тому й спосіб взаємодії з оточуючими є індивідуальним, певним чином стереотипізованим. Йдеться про готовність зближення з людьми, уникання їх, боротьби з ними, домінування над ними або підпорядкування їм. Під психологічним кутом зору на проблему, цілі визначаються потребами людини, що пов'язані з різними формами міжособистісних відносин: а) потреба в близькості (прив'язаності) до людей, б) потреба впливати на людей, в) потреба в емоційній залученості у стосунках [10, 38].

Для цілей та завдань нашого дослідження необхідно, таким чином, визначити поняття комунікативної цілі, стратегії і тактики.

У найзагальнішому вигляді стратегія розглядається як мистецтво планування будь-якої діяльності і керівництва нею, засноване на точних прогнозах щодо цілі, а тактика – як прийом, спосіб досягнення цієї цілі. Тому мовленнєву стратегію слід розуміти як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загальної комунікативної задачі мовця. На наш погляд, *комунікативна стратегія* є поняттям ширшим за мовленнєву стратегію, яке включає не лише мовленнєві дії, а й увесь невербальний фон комунікації. Поняття *тактики* є родовим щодо поняття мовленнєвої стратегії, і, слідом за О. Іссерс, ми розуміємо її як одну чи декілька дій, які сприяють реалізації стратегії [7, 109-110].

В теорії мовленнєвих актів знаходимо відповідник поняттю комунікативна ціль – поняття ілюкутивного акту як задуму, що міститься у висловленні. Дж. Серль описав п'ять ілюкутивних цілей: *асертивна* (мовець презентує дійсний стан речей), *комісивна* (мовець бере на себе зобов'язання реалізувати виголошену лінію дій), *директивна*

(мовець намагається спонукати іншого до дії), *декларативна* (мовець реалізує бажаний стан речей завдяки вдалому виголошенню мовленнєвого акту), *експресивна* (мовець виражає почуття і ставлення) [14, 252-253]. На наш погляд, поняття «комунікативна ціль» корелює з бахтінським «мовленнєвим задумом» чи «мовленнєвою волею мовця», що визначає цілісний зміст висловлення (тобто, предмет висловлення, пов'язаний із попередніми висловленнями), його обсяг, межі та вибір жанрової форми, в якій буде розгортатися висловлення [1, 256].

Зрозуміло, що при незбігу комунікативних цілей мовців спілкування буде відбуватися невдало, існуватиме загроза конфлікту. Таку ж небезпеку може нести за собою «надягання» мовленнєвої маски одним із комунікантів. Мовленнєва маска – це особливий тип комунікативної стратегії, що ґрунтується на тимчасовому та ситуативному використанні чужого мовного образу, який мовець реконструює та привласнює з певною метою [8]. Дослідниця Н. Муравйова припускає, що перевірка ймовірності виникнення конфліктних ситуацій, пов'язаних з мовленнєвою поведінкою, з позиції адресанта йде так: 1) які стосунки встановляться між мною і адресатом у ході комунікації? 2) як я маю виразити власні думки при передачі їх адресату, щоб досягти своїх цілей і уникнути конфлікту? 3) як я можу виразити свою індивідуальність, чи маю враховувати індивідуальність мого співрозмовника? Адресат робить перевірку інакше: 1) як адресант виражає власні думки? 2) які стосунки складаються між нами в ході комунікації? 3) наскільки він проявляє свою індивідуальність і дає проявитися моїй? У реальній комунікації один і той же суб'єкт одночасно реалізовує обидві програми перевірок: адресат оцінює, як говорить адресант, і обдумує, які стосунки можуть і мають бути встановлені між ним і співрозмовником [11].

Звертаючись до проблеми кооперативного та конфліктного спілкування потрібно згадати про *комунікативну особистість*. Услід за І. Голубовською, ми трактуємо її як особистість, що проявляє себе у комунікації, обираючи та реалізуючи ту або іншу стратегію і тактику спілкування, використовуючи той або інший репертуар вербальних і невербальних засобів [3]. Не можна не згадати у цьому контексті і проблему *соціальної ролі*, тобто схваленого суспільством зразка поведінки, який відповідає конкретній ситуації спілкування і соціальному статусу особистості. Соціальна роль може бути обумовлена постійними або довготривалими характеристиками людини: статтю, віком, професією (роль батька, сина, слюсаря, студента) або може бути нав'язана ситуацією, в якій опиняється особистість (роль пасажера, пацієнта). *Соціальний статус*, своєю чергою, – це місце індивіда в ієрархії соціальної групи, що формально встановлюється або мовчазно приймається [4, 141-142]. Ерік Берн, застосовуючи транзакційний аналіз для дослідження психологічного компонента спілкування, говорить про те, що мовленнєва поведінка особистості пов'язується із фундаментальними ролями: Дитина (носії ірраціонального начала у поведінці особистості), Батько (авторитарне начало) і Дорослий (раціональне начало), які виконуються мовцями в різних комунікативних ситуаціях [2].

Кооперація знаходить відображення і у вербальному оформленні інтенції комунікантів. У цьому сенсі вона досліджувалася лінгвістичною прагматикою. Пол Грайсі виділяв кооперацію як одну з універсальних конвенцій спілкування, які можуть

складати комунікативний кодекс. Між людьми, що вступають у комунікацію кооперація завжди природньо передбачається, тобто внесок кожного комуніканта має відповідати спільно прийнятій цілі спілкування. Вербальне спілкування буде здійснене вдало, за умови дотримання максими кількості (внесок кожного буде не меншим і не більшим, ніж необхідно), якості (внесок у спільну справу має бути щирим), відношення (на кожному кроці спільних дій внесок партнерів має бути доречним), способу (партнери демонструють суть їхнього внеску і долучаються до виконання певних дій з відповідною швидкістю). Іншими словами, інформація має подаватися у достатній кількості, бути правдивою, відповідати темі спілкування, бути викладена чітко і лаконічно [6, 222-224].

Робін Лакофф, Джон Ліч за основу кооперативної взаємодії приймають дотримання в першу чергу принципу ввічливості, який, на їх думку, ієрархічно підпорядковує собі принцип кооперації Грайса. Ліч виділяв постулат фактичності, великодушності, схвалення, скромності та симпатії. Лакофф постулювала своє правило так: «Виходь із того, що у спілкуванні з тобою беруть участь розумні люди, і вони не прагнуть вчинити шкоди». Дотримання принципу ввічливості створює середовище позитивної взаємодії, забезпечує сприятливий фон для реалізації комунікативних стратегій. Парадоксально, проте хоча ми говоримо із дуже близькими людьми ввічливо, ми часто можемо дозволити собі вираз на кшталт: «Ти що, зовсім здурів? Ану давай швидко!»

Дослідники комунікації констатують, що жодний момент спілкування не може відбуватися без залучення певних стратегій ввічливості. Таким чином, принцип кооперації пояснює процес обміну інформацією, а принцип ввічливості стосується відносин у комунікації. Аспект цих відносин присутній у кожному відрізку кожної комунікації. Індивіди надзвичайно вразливі навіть до найменшого порушення у використанні стратегій ввічливості, притаманних даному контексту. Цікавий приклад подає тут М. Бергельсон, говорячи, що іноземці, які проживають у Росії, дивуються, коли незнайомі жіночки роблять їм зауваження з приводу того, що у холодну погоду їх діти не носять капелюшок. Тому стратегії ввічливості постають дуже актуальними проблемами у контексті міжкультурної комунікації. Ці стратегії є прикладом так званого принципу комунікативного контролю, що імплікує переконання мовця у правильності своєї комунікативної поведінки. Поняття комунікативного контролю дотичне до того, які цінності, стратегії та відношення керують поведінкою мовця.

Торкаючись питання поведінки людини у соціальній комунікації, І. Гофман у книзі «Презентація себе у суспільстві» пише про складне поняття «себе» (self) і «соціальне обличчя» (social face) людини. Наше self постійно прагне двох протилежних речей: залученості (людина як істота соціальна прагне почувати себе нормальною та бути частиною групи) та незалежності (людина хоче зберегти свою індивідуальність та свободу від обмеження іншими). Саме тому кожному комунікацію можна розглядати як небезпеку для нашого «self», тому що це завжди взаємодія з іншими, ми відчуваємо, що хтось протистоїть нам і ми прагнемо «зберегти обличчя» [5].

У процесі спілкування, кооперативного чи конфліктного, важливу роль відіграють і невербальні засоби комунікації. Серед іншого варто згадати про дистанцію, що обумовлена ступенем близькості комунікантів, їх соціальними ролями та ставленням одне до одного. Дистанція також впливає на сприйняття мовця оточуючими:

надто близька може відлякувати, надто далека – створити враження неввічливого ставлення. *Горизонтальна* дистанція може бути: 1) інтимна (відстань 15-40 см); 2) особиста (45-125 см); 3) соціальна (125-300 см); 4) публічна (400-700 см і більше) [15, 154]. *Вертикальна* дистанція – це соціальна відстань між людьми (це можуть бути люди, яких ми добре знаємо, знаємо трохи та зовсім незнайомі нам люди). Дотичним до цих понять є поняття *сили*, що позначає ієрархічні соціальні стосунки, які існують між комунікантами, наприклад відношення директор – працівник, батько – його маленький син [16].

Бачимо, що існує ряд аспектів, які має враховувати мовець, аби прогнозувати комунікацію і впливати на неї, тобто зреалізувати бажаний тип комунікативної взаємодії. Проте, як справедливо зауважує професор К. Сєдов, часто мовець до початку формування висловлювання не уявляє собі не лише шляху вербальної реалізації задуму, а й самого задуму і, навіть, – мотиву мовлення. Хід перетворення думки в слово постає перед нами як драматичний конфлікт між особистісними смислами і значеннями, які нав'язує мовцеві національна мова [13, 33].

Отже, процес взаємодії між людьми з приводу спільної діяльності передбачає появу комунікації. Залежно від типу взаємодії, який характеризується категоріями змісту та стилю, комуніканти обирають відповідні тактики (співпраці, протидії, компромісу, поступливості та уникання). Під конфліктом, як і під кооперацією, ми розуміємо вид спілкування, в основі якого присутні чи відсутні протиріччя у цілях комунікантів. Як і будь-яка діяльність, комунікативна поведінка описується у поняттях «ціль», «стратегія» і «тактика»; комунікант тут є «комунікативною особистістю» як мовець, що реалізує у комунікації не лише вербальні, а й невербальні засоби. Принцип кооперації, як природня складова взаємодії індивідів, пояснює процес обміну інформацією, а принцип ввічливості стосується відносин у комунікації. Серед невербальних аспектів, що впливають на процес і результат спілкування, важливо враховувати дистанцію (вертикальну і горизонтальну), соціальні ролі та статус мовців. Вивчення впливу цілей на обрання певної тактики на конкретному різномовному матеріалі складатиме наші подальші дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Эксмо, 2013. – 576 с.
3. Голубовська І. О. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен. // *Studia Linguistica* : збірник наукових праць. – Випуск I. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 141 с. – С. 25-33.
4. Горелов И. Н., Сєдов К. Ф. Основы психолингвистики. – М.: Лабиринт, 2001. – 304 с.
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон-пресс-ц, 2000. – 304 с.
6. Грайс П. Логика и речевое общение. // *Новое в зарубежной лингвистике.* – 1985. – Вып. 16. – С.217-237.

7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
8. Киселева Н. Ю. Коммуникативная стратегия «речевая маска» как способ само-презентации в Интернет-коммуникации / Н. Ю. Киселева, К. Е. Титаренко. // Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке, 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.kuzsra.ru/articles/206>.
9. Крысько В. Словарь-справочник по социальной психологии. – Питер, 2003. – 416 с.
10. Мелибрда Е. Я – Ты – Мы. – М.: Прогресс, 1986. – 256 с.
11. Муравьева Н. В. Язык конфликта / Н. В. Муравьева. – М.: МЭИ, 2002. – 264 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dere.kiev.ua/library/muravyeva>.
12. Платонов К. К. Краткий словарь системы психологических понятий. – М.: Высшая школа, 1984. – 174 с.
13. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. Монография. – М: Лабиринт, 2004. – 320 с.
14. Серль Дж. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Серль, Д. Вандервекен // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. 18. – С. 242–263.
15. Baylon C., Mignot X. La Communication. – Ligugé, 1991. – 399 p.
16. Bergelson M. Understanding Russians: context of intercultural communication [Электронный ресурс] // Режим доступа: coursera.org.
17. Tomasello, Michael. Origins of human communication (Jean Nicod Lectures). – 2010. – MIT Press. – 408 p.

Стаття надійшла до редакції 21.04.2014 р.

Михайлец В. А., асп.,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, г. Киев

КООПЕРАТИВНОЕ И КОНФЛИКТНОЕ ОБЩЕНИЕ: ОБОБЩЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ БАЗЫ

В статье обобщены взгляды на кооперативное и конфликтное общение и лингвистические и экстралингвистические факторы, влияющие на успешный ход коммуникации. В контексте типологии взаимодействия между людьми в свете коммуникативной лингвистики определены понятия кооперации и конфликта, коммуникативной цели, стратегии и тактики, коммуникативной личности, социальной роли и статуса говорящих.

Ключевые слова: кооперативное и конфликтное общение, коммуникация, конфликт, кооперация, типология взаимодействия между людьми.

COOPERATIVE AND CONFLICT COMMUNICATION: GENERALIZING OF THE THEORETIC BASIS

The article summarizes various opinions on cooperative and conflict communication and linguistical and extra-linguistical factors which affect successful communicative process. In the context of typology of people interaction and in the light of communicative linguistics we generalize such concepts as cooperation and conflict, communicative goal, strategy and tactics, communicative personality, social role and status of speakers.

Keywords: *cooperative and conflict communication, communication, conflict, cooperation, typology of people interaction.*

УДК 811.161.2'42:004

Мяснікова В. В., магістрант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

АВТОМАТИЧНА ФОНЕТИЧНА ТРАНСКРИПЦІЯ ТА ТРАНСЛІТЕРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ТЕСТУ

У статті комплексно розглянуто програму автоматичної фонетичної транскрипції та транслітерації українського тексту «TranSScripT». Особливу увагу приділено принципам роботи програми, яка забезпечує автоматичну фонетичну транскрипцію, транслітерацію та зворотню транслітерацію текстових масивів. Наголошено на унікальності дослідження та його теоретичному і прикладному значенні.

Ключові слова: *автоматичне опрацювання тексту, алгоритм, транслітерація, фонетична транскрипція.*

З прогресом у галузі інформаційно-комунікаційних технологій розвиваються і технології опрацювання мовлення, які реалізують пошуки у розв'язанні класичних проблем діалогу «людина – машина». У світовому науковому просторі такі технології часто спрямовані на широке коло користувачів і тому є популярними.

Такими є продукти технологій опрацювання усного (розпізнавання природного мовлення – Speech Recognition, синтез штучного мовлення – Speech Synthesis) та писемного мовлення (корпусна лінгвістика).

Аспект усномовленнєвого опрацювання втілюється, відповідно до розвитку персональних мобільних систем, у програмах голосового управління мобільними пристроями та віртуальних асистентах: *Siri* – помічник, розроблений для операційної системи iOS; *Microsoft Cortana* – помічник для пристроїв на платформі Windows Phone; *Google Now* – помічник від Google, *S Voice* – від Samsung). Усі вони працюють