

МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК ФОРМА СПІЛКУВАННЯ В СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

Проаналізовано функціонування мовленнєвого етикету як форми спілкування в процесі міжособистісного спілкування. Особлива увага надається дослідженню мовленнєвих етикетних конструкцій, локутивних, іллокутивних актів. Розглядається прагматичний аспект мовленнєвого етикету в контексті вербальної інтеракції.

Ключові слова: мовленнєвий акт, етикет, мовленнєвий етикет, іллокутивний акт, комунікація, намір.

У другій половині ХХ ст. в лінгвістичній науці була актуалізована важлива ідея: комунікація людей – це основа їхньої свідомості, пізнання, суспільного буття в цілому й, відповідно, людина не може існувати поза комунікацією [5; 8; 18]. Спілкування – одна з найважливіших форм людської діяльності й являє собою міжособистісну взаємодію, що здійснюється за допомогою використання мови як знакової системи. Очевидно, що ця взаємодія може бути як успішною, так і навпаки. Дана наукова розвідка присвячена розгляду мовленнєвого етикету як форми спілкування, що є невід'ємною умовою успішної вербальної інтеракції.

Мета статті – проаналізувати теоретичне підґрунтя вивчення мовленнєвого етикету й з'ясувати його комунікативно-прагматичне значення та призначення в спілкуванні.

Завдання, які випливають з даної мети, передбачають висвітлення різних понятійних інтерпретацій мовленнєвого етикету в сучасних мовознавчих працях, визначення його функцій та з'ясування лінгвокультурного смислу поняття “етикет”, який часто-густо моделює комунікативні наміри мовців і є ключем до розуміння змісту висловлюваних в акті комунікації думок.

У цьому дослідженні нас цікавить насамперед семантичне та стилістичне поле комунікативної реалізації мовленнєвого етикету. Ми спробуємо визначити його місце в “дискурсивних практиках” [26] вітчизняного та іншомовного мовленнєвого середовища. Як засвідчує опрацьована література з даного питання, у цих середовищах акценти в осмисленні мовленнєвого етикету різняться між собою. Тому видається важливим зробити порівняльний аналіз цих інтерпретацій, визначити їхні спільні та відмінні риси, що й зумовлює **актуальність** даної роботи.

Отже, важливим елементом будь-якого мовного коду є етикетні конструкції, знання яких – одна з важливих умов успішної мовленнєвої інтеракції.

Вони можуть розглядатися як самостійна наукова чи культурно-історична цінність. Про різноманітні правила спілкування, закони успішної комунікації написано чимало наукових досліджень, а також популярних книг, що, напевно, зумовлено стійким інтересом до теми успіху в сучасній культурі (див., напр.: [1; 2; 3; 4; 6; 7; 9; 10; 11; 23; 24; 27]).

Сучасні мовознавчі дослідження приділяють велику увагу вивченню семантики мовленнєвих одиниць з наукових позицій теорії мовної комунікації. Головним об'єктом цієї науки є комунікативна діяльність, означення якої – інформаційне зв'язування сутностей, людське спілкування, передавання інформації та ідей певним кодовим способом, зокрема мовно-знаковим [17, с. 130]. При цьому розглядаються не тільки одиниці мови та мовлення, але й аналізуються особливості мовленнєвої поведінки людини, її мовна особистість та умови її формування. У зв'язку з цим особливий інтерес викликає питання мовленнєвих засобів, що використовуються в певних комунікативних ситуаціях і відображають характер комунікативної взаємодії адресанта й адресата [22]. Це питання розглядається з різних теоретичних позицій. Так, Дж. Серль вважає, що “основною одиницею мовленнєвого спілкування є не символ, не слово, не пропозиція й навіть не конкретний екземпляр символу, слова або пропозиції, а побудова цього конкретного екземпляра в ході здійснення мовленнєвого акту” [20, с. 151–169].

Цю ж думку обстоює Дж. Остін у курсі лекцій, прочитаних у Гарвардському університеті в 1955 році, де він вводить поняття локуції, іллокуції та перлокуції як складників мовленнєвого акту. Використовуючи мовні засоби в ході локутивного акту, мовець наділяє своє висловлювання іллокутивним наміром. Перлокуція, у свою чергу, трактується, як вплив мови на думки й почуття аудиторії, через які здійснюється вплив на справи та вчинки людей [12, с. 14]. Оскільки мовленнєвий акт – це різновид людської діяльності, то при його аналізі можуть використовуватися категорії, які необхідні для характеристики та оцінки будь-якої дії: суб'єкт, мета, спосіб, інструмент, засіб, результат, умови, успішність тощо. За допомогою цих категорій ми й будемо розглядати мовленнєвий акт.

Суб'єкт мовленнєвого акту вибудовує висловлення, як правило, розраховане на сприйняття його адресатом. Його висловлення виступає одночасно і як продукт мовленнєвого акту, і як інстру-

мент досягнення певної мети. Залежно від обставин, в яких відбувається мовленнєвий акт, мовець може досягти або не досягати поставленої мети. Мовленнєві акти, що несуть у собі певну мету, належать до іллокутивних актів. До іллокутивних актів можна віднести й етикетні висловлювання, адже вони є проявом свідомої дії мовця, який націлений на досягнення певної мети через комунікативний акт. Отже, через мовленнєві етикетні акти мовець маніфестує мету говоріння, наділяючи сказане конкретним комунікативним наміром. Перед тим, як перейти до розгляду поняття мовленнєвий етикет, варто спочатку з'ясувати, що означає етикет взагалі.

На певному етапі історичного розвитку, приблизно за часів Людовика XIV (XVII ст.), норми лінгвокультурної поведінки мовця – правила пристойності, гарного тону – отримали загальну назву “етикет”. *Словник з етики* визначає етикет (фр. *étiquette* – ярлик, етикетка) як “сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей (поводження з оточуючими, форми звертання й привітань, поведінка в громадських місцях, манери й одяг)” [21, с. 412].

Американська дослідниця Емілі Пост зазначає, що основу етикету становлять правила гарного тону, які зводяться до чотирьох якостей особистості: інстинктивної порядності, моральної цілісності, самоповаги та лояльності. Порядність означає не тільки правильність мовлення й поведінки, але й чесність та надійність у зобов'язаннях. Моральна цілісність поряд з чесністю включає витонченість мотивів і справедливість у оцінці мотивів інших людей. Самоповага проявляється у відмові від зобов'язань, які не будуть виконані. Лояльність виражається у вірності не тільки друзям, але й принципам [29, с. 4]. Отже, авторка особливо наголошує на особистісному аспекті реалізації етикету, апелюючи до засад психології особистості.

Ведучи мову про психологічний аспект етикету, наголосимо, що прояви етичної поведінки часто накладаються на певне емоційне тло співрозмовників. Так, М. П. Фабіан, підкреслює, що “норми етикету, які вироблені в певному лінгвокультурному середовищі, включають у себе й способи їх реалізації, що входять до емоційного аспекту життєдіяльності людини, адже кожна людина має власні способи передачі емоційних відтінків” [23, с. 19].

Емілі Пост опонує російський вчений В. І. Карасік, який визначає етикет як систему формальних поведінкових актів. Дослідник стверджує, що правила етикету не тотожні нормам моралі. На його думку, можна порушити етикет, дотримуючись моральних норм; можна порушити норми моралі, дотримуючись етикету; можна порушити норми моралі й правила етикету, навмисно не відповівши на привітання знайомої людини [11, с. 99].

Отже, етикет – це також культурний феномен, що стосується цілої низки людських почуттів та емоцій, які збагачують і доповнюють вербальну взаємодію. Роль етикету в суспільстві набула великого значення, що зумовлюється його історією та соціальною еволюцією, функціонуванням у суспільстві, багатогранністю, різноманітними видами та формами реалізації. Етикет можна розглядати як специфічну форму міжособистісних контактів та говорити про нього як про історично сформовану систему лінгвокультурних норм соціальної взаємодії людей як у вербальних, так і в невербальних стосунках. Зараз нас цікавить саме лінгвальний аспект етикету як необхідної прагматичної категорії успішного міжособистісного контактування.

Мовленнєвий етикет вивчається з точки зору комунікативно-дискурсивної парадигми, починаючи з другої половини ХХ століття, й залишається актуальним для наукового дослідження через його багату смислову палітру в людському спілкуванні загалом і в міжкультурному зокрема. Поняття мовленнєвого етикету вивчається багатьма вченими, зокрема В. Є. Гольдіним [7]; В. І. Карасіком [11], Дж. Остіним [14]; Г. Г. Почепцовим [15]; М. П. Фабіан [23]; Н.І. Формановською [24]; Т. В. Цивьян [27]; Р. Лакоффа [28] та ін.

Американська дослідниця Р. Лакоффа вбачає в мовленнєвому етикеті соціальний механізм уникнення конфліктів у спілкуванні [28, с. 913]. Подібної думки дотримується і Н. І. Формановська, зазначаючи, що мовленнєвий етикет – це широка зона одиниць мови та мовлення, котра на рівні слова виражає етикет поведінки, дає мовні багатства, що назбирались в кожному суспільстві для висловлення “неконфліктного” ставлення [24, с. 48].

Про те, що мовленнєвий етикет відображає соціальний статус мовця, зазначають Р. Лакоффа [28] та В. І. Карасік [11]. На думку Р. Лакоффа, етикетні висловлення відображають дуже тонкі відмінності у виборі того чи іншого регістру спілкування, традиції, норми взаємної поваги. Авторка уточнює також, що етикетні конструкції мінливі та відображають історичний час [28, с. 913]. В. І. Карасік, у свою чергу, визначає етикет як динамічну характеристику людини та окреслює етикетну поведінку як надіндивідуальну характеристику особистості, її належність до певної частини суспільства [11, с. 100]. Таким чином, на думку вчених, мовленнєвий етикет відображає свідомий вибір мовця бути належним до певного комунікативного середовища. Він включає різні засоби спілкування “для виявлення соціально значущих відмінностей у комунікативних ситуаціях, встановлення універсальних і національно-специфічних характеристик етикетної поведінки...” [там само].

У цьому контексті актуально звучить визначення Н. І. Формановської, що мовленнєвий етикет –

це “мікросистема національно-специфічних вербальних одиниць, прийнятих і запропонованих суспільством для встановлення контакту співрозмовників, підтримки спілкування в бажаній тональності відповідно до правил мовленнєвої поведінки” [25, с. 2].

Отже, як бачимо, визначення В. І. Карасіка та Н. І. Формановської збігаються в думці, що мовленнєвий етикет регулює поведінку людей у стандартних ситуаціях та є невід’ємною складовою частиною кожної окремої лінгвокультури.

Про соціальний аспект мовленнєвого етикету пишуть також дослідники О. Я. Гойхман та Т. М. Надєїна у праці “*Речевая коммуникация*”, характеризуючи етикетні форми як ритуальне спілкування. Вчені розуміють під ритуальним спілкуванням “вироблений звичаєм або встановлений порядок здійснення спілкування” [6, с. 140]. Про мовленнєвий етикет як ритуал говорить і В. І. Карасік [11, с. 99]. Оскільки ритуал – це певна повторюваність, логічно було б пов’язати дане поняття зі стереотипністю. Така позиція Н. І. Формановської, яка розглядає мовленнєвий етикет як стереотипне явище, оскільки йдеться про багаторазове повторення тих самих конструкцій у типових ситуаціях [24, с. 46]. Отже, внаслідок неодноразового вживання етикетні конструкції оформлюються в мові окремого суспільства у вигляді сталих етикетних висловлень.

Узагальнюючи вищевказані думки, зазначимо, що мовленнєвий етикет – це система стійких формул вербального спілкування, що використовуються для встановлення контакту між співрозмовниками та для його підтримки відповідно до соціальних ролей в офіційних і неофіційних обставинах [13, с. 413]. До стійких формул мовленнєвого етикету зараховують звертання, вітання, прощання, вибачення, подяку, привітання, побажання, співчуття, схвалення й комплімент, запрошення, пропозиції, прохання, поради тощо [7; 6; 9; 11; 24]. Ці стійкі етикетні конструкції відтворюються в типових ситуаціях міжособистісного спілкування й використовуються співрозмовниками для вираження ввічливого та доброзичливого ставлення [24, с. 50]. Так, у французькій лінгвокультурі формули мовленнєвого етикету залежно від ситуації вживання поділяють на:

1) стилістично нейтральні висловлення, що використовуються як у повсякденному, так і в діловому спілкуванні: *Bonjour! Au revoir! S’il vous plaît.*;

2) стилістично підвищені, характерні для урочистих, офіційних мовленнєвих ситуацій: *Ravi(e) de vous voir! Mes meilleurs vœux!*;

3) стилістично знижені, грубувато-простонародні, що вживаються між добре знайомими людьми: *Salut!* [16, с. 87].

Зауважимо, що призначення етикету не зводиться до якоїсь однієї функції. Етикетне спілкування підтримує традиційні форми міжособистісних відносин, тобто є однією з підстав культурної

традиції мовленнєвої спільноти [11, с. 101]. Фахівці виокремлюють такі функції мовленнєвого етикету:

- фатичну, яка сприяє встановленню контакту та підтримці міжособистісних соціальних взаємин. Ця функція стосується всіх груп етикетних мовленнєвих конструкцій, оскільки, навіть прощаючись, співрозмовники будують своє етикетне висловлювання, враховуючи можливість подальшого контактування. Напр.: *Au revoir et à la prochaine !*;

- апелятивну – функція, що закликає до дії. У випадку, коли говорять: *Monsieur!* або *Excusez-moi, comment faut-il passer pour gagner la rue de la Tuilerie?*, комунікант має на меті привернути увагу співрозмовника, закликати його до подальшої розмови;

- конотативну (ввічливу), що пов’язана з проявом увічливості між співрозмовниками. Напр.: *Bonjour! Entrez s’il vous plaît! Vous êtes le bienvenu !*;

- волюнтативну (імперативну) – функція волевиявлення, коли мовець закликає співрозмовника до певної дії: *Soyez gentil de fermer la fenêtre !*;

- емотивно-експресивну – функція, факультативна за вживанням і нехарактерна для всіх етикетних мовленнєвих актів. Це функція, що означає висловлювання емоцій мовця: *Je suis si ravi(e) de vous voir ici!*.

Крім того, що мовленнєвий етикет виконує різні функції, етикетні конструкції можуть реалізовуватись на різних мовних рівнях. Дослідники виокремлюють такі мовні рівні вираження мовленнєвого етикету:

1) інтонаційно-прозодичний рівень – використання ввічливої інтонації. Наприклад фраза: *Soyez gentil de fermer la fenêtre, s’il vous plaît!* може звучати з різною інтонацією, у залежності від того, мається на увазі ввічливе прохання чи категорична вимога;

2) лексичний рівень – використання спеціалізованих форм звертання: *Monsieur, Votre Majesté, Mon Général* і т.д.;

3) фразеологічний рівень – використання стійких етикетних конструкцій: *S’il vous plaît, Je vous en prie, Je vous demande pardon, Excusez-moi* та ін.

4) граматичний рівень – використання відповідних займенникових форм (займенник ввічливості *Vous*), часте вживання кондиціональних граматичних конструкцій замість імперативних: *Pourriez-vous dire quelle heure il est? Est-ce que vous pouvez me laisser passer?* і т.п.;

5) стилістичний рівень – використання евфемізмів та літот з метою пом’якшення невлучних та прикрих слів і виразів: *Je vous offre mes condoléances à la suite de la disparition (заміняє la mort) de votre grand-mère.*;

6) організаційно-комунікативний рівень – не етично перебувати співрозмовника, втручатися в чужу розмову тощо.

Таким чином, мовленнєвий етикет – це важ-

ливий соціальний і лінгвокультурний фактор, що регулює характер мовленнєвої поведінки та сприяє успішному налагодженню контакту, взаєморозумінню й вдалій самопрезентації через етикетні слова, вирази та висловлення.

Отже, оскільки домінуюча роль у висловлюванні етичного ставлення до людей належить нашому мовленню, мовленнєвий етикет – це невід’ємна частина комунікативної інтерперсональної взаємодії. Так, було з’ясовано, що міжособистісна комунікація відбувається згідно з певними правилами та нормами. Ці норми, як відомо, зумовлюються нормами мовленнєвого етикету, що є проявом такої людської морально-етичної категорії, як увічливість. Таким чином, вважаємо перспективним дослідити зв’язок поняття увічливість та мовленнєвого етикету, що може стати темою наступної розвідки.

Література

1. Александров Д. Н. Риторика : учебное пособие для вузов / Дмитрий Николаевич Александров. – М. : ЮНИТИ – Дана, 1999. – 534 с.
2. Байбури А. К. Об этнографическом изучении этикета / А. К. Байбури // Этикет у народов Передней Азии. – М. : Наука, 1988. – С. 12–37.
3. Бгажноков Б. Х. Адыгейский этикет / Б. Х. Бгажноков. – Нальчик : Эльбрус, 1978. – 159 с.
4. Вахтин Н. Б. Социолінгвістика і соціологія мови : Учебное пособие / Н. Б. Вахтин, Е. В. Головкин. – СПб. : ИЦ “Гуманитарная Академия”; Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2004. – 336 с.
5. Выготский Л. С. Мышление и речь / Лев Семёнович Выготский // Собрание сочинений : в 6 т. – М. : Педагогика, 1982. – Т. 2.
6. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 272 с.
7. Гольдин В. Е. Речь и этикет / Валентин Евсеевич Гольдин. – М. : Просвещение, 1983. – 182 с.
8. Гумбольдт фон В. Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М., 1984. – С. 301–302.
9. Гурочкина А. Г. Функционирование формул речевого этикета в акте вербальной коммуникации / А. Г. Гурочкина, Л. З. Давыдова // Логико-семантические и прагматические проблемы текста : сб. науч. тр. – Красноярск : Краснояр. гос. пед. ин-т, 1990. – С. 47–53.
10. Етика ділового спілкування [навч. посібник] / [Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д. та ін.]; за ред. Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 344 с.
11. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М. : Институт языкознания АН СССР, Волгоградский пед. ин-т, 1991. – 495 с.
12. Кобозева И. М. Теория речевых актов как один из вариантов теории речевой деятельности / И. М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике / Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – № 17. – С. 7–21.
13. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : БРЭ, 1990. – 685 с.
14. Остин Дж. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике / Теория речевых актов. – М. : Прогресс, 1986. – № 17. – С. 22–129.
15. Почепцов Г. Г. Семантический анализ этикетизации общения / Г. Г. Почепцов // Семантика и представление знаний. Труды по искусственному интеллекту. – Тарту, 1980. – № 2. – С. 98–108.
16. Русский язык и культура речи : учебник / [коллектив авторов]; под ред. О. Я. Гойхмана. – [2-е изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 166 с.
17. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / Олена Олександрівна Селіванова. – К. : Видавництво Українського фітосоціологічного центру, 1999. – 148 с.
18. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и филологии / Э. Сепир. – М. : Прогресс, 1993. – 656 с.
19. Серль Дж. Р. Основные понятия исчисления речевых актов / Дж. Р. Серль, Д. Вандервекен // Новое в зарубежной лингвистике / Логический анализ естественного языка. – М. : Прогресс, 1986. – № 18. – С. 242–263.
20. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Джон Роджерс Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – № 17. – С. 151–169.
21. Словарь по этике / [ред.-состав. И. С. Кон]. – М. : Политиздат, 1981. – 430 с.
22. Стернин И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. – Воронеж : Истоки, 2003. – 184 с.
23. Фабіан М. П. Етикетна семантика в лексичних системах української, англійської та угорської мов : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15 / Фабіан Мирослава Петрівна. – Ужгород, 1998. – 378 с.
24. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – М. : Высш. шк., 1989. – 159 с.
25. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический методический аспекты / Н. И. Формановская. – М. : Рус. язык, 1982. – 126 с.
26. Фуко М. Археология знания / Мишель Поль Фуко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
27. Цивьян Т. В. К некоторым вопросам построения языка этикета / Т. В. Цивьян // Труды по знаковым системам. – № 2. – Тарту, 1965. – С. 144–149.
28. Lakoff R. Language in Context // Language. – 1972. – Vol. 48. – № 4. : Linguistic Society of America. – P. 907–927.
29. Post E. Etiquette. The Blue Book of Social Usage. – New York : Funk and Wagnalls, 1950. – 656 p.

Проанализировано функционирование речевого этикета как формы общения в процессе межличностного общения. Особое внимание уделено рассмотрению речевых этикетных конструкций, локутивных, иллокутивных актов. Рассматривается прагматический аспект речевого этикета в контексте вербальной интеракции.

Ключевые слова: *речевой акт, этикет, речевой этикет, иллокутивный акт, коммуникация, намерение.*

The article is devoted to the functioning of speech etiquette as a form of interpersonal communication. The special attention is spared to the examination of speech etiquette constructions, illocutionary acts. The article also deals with interpretation of pragmatic aspect of speech etiquette in the context of intercultural communication.

Key words: *speech act, etiquette, speech etiquette, illocutionary act, communication, intention.*