

**Дубык Виктория. Невербальные и вербальные средства коммуникации в политическом дискурсе СМИ.** В статье сделана попытка проанализировать невербальные и вербальные средства коммуникации в политическом масс-медийном дискурсе СМИ Франции современного периода. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения невербальных и вербальных составляющих политической коммуникации, которые рассматриваются в постоянном взаимодействии. Отсутствие мимики, жестов делает невозможным процесс общения. Невербальные компоненты политической коммуникации являются правдивыми показателями эмоционального состояния говорящего. Осмысление данных реалий заставляет лингвистов выйти за языковые границы и рассматривать политический дискурс СМИ как единство вербального, невербального и экстралингвистического аспектов.

**Ключевые слова:** невербальные средства коммуникации, вербальные средства коммуникации, политический масс-медийный дискурс, экспрессивность и эмоциональность речи.

**Dubyk Viktoriya. Non-verbal and Verbal Communication in Political Mass-media Discourse.** The article focuses on the analysis of the non-verbal and verbal means of communication in modern french-speaking mass-media discourse. The actuality of the research is caused by the necessity of the non-verbal and verbal component's study of political communication viewing in the constant interaction. Lack of facial expressions, gestures prevents the communication process. Non-verbal components of political communication are the true indicators of speaker's emotional state. Understanding of these notions makes linguists to be beyond the linguistic boundaries and to consider the political mass-media discourse as a unity of verbal, non-verbal and extralinguistic aspects.

**Key words:** non-verbal communication, verbal communication, political mass-media discourse, expressive and emotinal speech.

Стаття надійшла до редколегії  
01.04.2013 р.

УДК 811.111'42

Ольга Дубцова

### **Лінгвальна інконгруентність як причина відсутності семіозису в ситуації комунікації (на матеріалі англомовного кінодискурсу)**

У статті наведено результати аналізу лінгвальних причин комунікативних невдач у комунікативних ситуаціях повного нерозуміння мовця, що супроводжується комічним ефектом. Доказано, що подібні комунікативні невдачі виникають унаслідок економії або, навпаки, плеонастичного використання мовцем мовних ресурсів, а також креативної мовленнєвої діяльності мовця, що втілюється в оказіональних мовних виразах – продуктах словотворення (неологічних акронімах та телескопізмах) і нових метафорах.

**Ключові слова:** комунікативна невдача, лінгвальна інконгруентність, комічний ефект.

**Постановка наукової проблеми та її значення. Актуальність** вивчення явища комунікативної невдачі (КН) зумовлена потребою встановлення причин виникнення нерозуміння в комунікації задля гармонізації комунікативних процесів і зняття перешкод, які призводять до появи комунікативних конфліктів.

**Аналіз останніх досліджень цієї проблеми.** Учені, які вивчають КН, мають різні погляди на зміст цього явища. Найбільш повне визначення КН надають Б. Ю. Городецький, І. М. Кобозєва та І. Г. Сабурова, які тлумачать КН як такий збій у спілкуванні, при якому певні відрізки мовлення (в оригіналі «речевые произведения») не виконують свого призначення. Інакше кажучи, ті чи інші їх елементи «інструкції із перетворення оточення не реалізуються» [2, с. 67].

Дефініція інших авторів уточнюють природу явища КН, фокусуючись на тих чи інших його аспектах. Зокрема, наголошують, що під визначення підпадає «повне або часткове нерозуміння висловлення учасником комунікації, тобто недосягнення або не повне досягнення комунікативного наміру мовцем» [4, с. 31]; «недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети та прагматичних спрямувань, а також відсутність взаємодії, взаєморозуміння та згоди між учасниками спілкування» [7, с. 68].

**Новизна** цієї статті зумовлена комунікативно-когнітивним ракурсом дослідження КН, що дає змогу врахувати всі контекстуальні параметри, які впливають на інтерпретацію змісту мовних виразів в акті комунікації як конститuentи когнітивної бази комунікантів.

**Формулювання мети та завдань статті.** Мета статті полягає у виявленні й описі причин комунікативних невдач, які пов'язані з відсутністю семіозису в комунікативній ситуації через порушення мовцем лінгвальних норм і супроводжуються комічним ефектом.

**Об'єктом** дослідження є мовленнєво-поведінкові акти, у яких має місце нерозуміння адресанта адресатом унаслідок порушенням адресантом лінгвальних норм, а **предметом** – причини нерозуміння.

**Матеріалом** статті слугують 500 фрагментів, вилучених зі скриптів англомовного кінодискурсу, що ілюструють мовленнєво-поведінкові акти, у яких нерозуміння адресанта адресатом спричинене порушенням лінгвальних норм.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** *Комунікативну невдачу* тлумачимо як «ситуацію комунікації, де має місце нерозуміння або неадекватне розуміння одним із комунікантів мовленнєво-поведінкового акту іншого й факт нерозуміння / неадекватного розуміння есплікується вербальними/невербальними діями комунікантів» [3, с. 61]. Комунікативну ситуацію розуміємо як «складний комплекс зовнішніх умов спілкування та внутрішніх настроїв співрозмовників, відображених у продукті мовлення – висловленні, дискурсі» [14, с. 42].

У фокусі цієї статті перебувають КН першого типу, тобто мовленнєво-поведінкові акти, у яких мовний вираз адресанта не активує у свідомості адресата жодного значення/концепту. Концепт розуміємо як одиницю «ментальних чи психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відбиває знання та досвід людини, й оперативну змістову одиницю пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи й мови мозку, усєї картини світу, відбитої в людській психіці» [6, с. 90]. Услід за М. В. Нікітіним вербалізований концепт ототожнюємо зі значенням мовного виразу [9, с. 6].

Причини КН першого типу можуть корінитися в порушенні мовцем мовних норм. Мовну норму розуміють як «сукупність загальноживаних мовних засобів та правил їх відбору й уживання, визнаних суспільством найбільш придатними в певний історичний період» [11, с. 911]. «Норма відповідає не тому, що можна сказати, а тому, що вже сказано, і що відповідно до традиції, говорить у певному суспільстві» [5, с. 175].

Оскільки у фокусі уваги в цьому дослідженні перебуває побутове спілкування, відображене фрагментами англомовного кінодискурсу, що репрезентують спонтанні мовленнєво-поведінкові акти, слід урахувати той факт, що «побутова розмовна мова» є «особливим функціональним різновидом літературної мови». Одні вчені вважають, що мова художньої літератури та функціональні стилі мають єдину кодифіковану основу, у той час як розмовна мова протиставляється їм як «некодифікована сфера спілкування» [7, с. 47]. Інші співвідносять поняття норми «не лише з нейтральним літературним стандартом, а й функціональними стилями та діалектами» [1, с. 167].

У цьому дослідженні мовна норма (із латин. *norma* – правило, зразок) трактується як вияв більш загального уявлення про норму – «узаконене правило, визнаний обов'язковим порядок, устрій будь-чого» [11, с. 911]; «границі, у межах яких явища, природні й соціальні системи, види людської діяльності та спілкування зберігають свої властивості, функції, форми відтворення» [12, с. 579]. У функціональному плані норма є родовим поняттям стереотипу: стереотипною семіотичною моделлю поведінки, що реалізується на психологічному та мовному рівнях [13, с. 10].

Якщо в невдалому мовленнєво-поведінковому акті міститься суперечність, пов'язана з порушенням певних норм (онтологічних/етологічних/лінгвоетологічних/лінгвальних), КН супроводжуються комічним ефектом, який спричиняє сміхову реакцію глядача (інтерпретатора кінодискурсу) або ще й безпосередніх учасників комунікативної ситуації. В останньому випадку комічний ефект допомагає врегулювати нерозуміння.

Відхилення від норми називають інконгруентністю [10, с. 56]. Один із найвідоміших прибічників теорії інконгруентності А. Шопенгауер тлумачить сміх як емоцію, що є результатом усвідомлення 'абсурду', тобто конфлікту між фізичною реальністю й очікуваннями на підґрунті уявлень про цю реальність, реальним об'єктом й уявленнями про об'єкт (предмет, людину, подію, ситуацію тощо) [17, с. 109]. Відповідно до теорії інконгруентності комічне визначають як «естетичну категорію, яка допускає відображення явищ, що містять алогізми, порушення, відхилення від норми, невідповідність, суперечність» [10, с. 56], а комічний ефект розуміють як «результат реакції адресата на неузгодженість між очікуваним та реальним розгортанням референтної ситуації внаслідок відхилення актуалізованої інформації, від норми» [8, с. 82].

Слід брати до уваги те, що в ситуації КН комічний ефект має свою специфіку й виникає не стільки через відхилення від норми інформації, актуалізованої референтною ситуацією (тобто предметним змістом, що є об'єктом тематизації у висловленнях адресанта, як це відбувається в інтенціональному жарті), а, насамперед, через невідповідність нормам комунікативної ситуації загалом (тобто до уваги беруться всі аспекти ситуації: місце, час, стиль спілкування, соціально-статусні, психологічні й особистісні характеристики комунікантів, їхній психологічний стан у момент комунікації, специфіка вимови тощо).

За нашими спостереженнями, лінгвальна інконгруентність, що спричиняє КН, виникає внаслідок: 1) надмірної редукації мовлення; 2) плеонастичності мовлення; 3) креативної мовленнєвої діяльності мовця, що втілюється в оказіональних мовних виразах – продуктах словотворення; 4) утворенні нових метафор як вияву загальних закономірностей когнітивних процесів концептуалізації і вербалізації одних феноменів у термінах інших [16, с. 6].

1. Редукація мовлення виявляється в «згортанні» синтаксичної або фонетичної структури мовних виразів, а також оказіональних акронімах або інших неочікуваних скороченнях. Наприклад:

(1.1.) RAJ: *Remember that little planetary object I spotted beyond the Kuiper belt?*

LEONARD: *Oh yeah, two zero zero eight NQ sub seventeen.*

RAJ: *Or as I called it, Planet Bollywood. Anyway, because of my discovery, People magazine is naming me **one of their thirty under-30 to watch**.*

LEONARD and HOWARD together: *Well, wow, that's incredible.*

SHELDON: *Excuse me. Thirty what, under thirty what, to watch what?*

RAJ: ***Thirty visionaries under thirty years of age to watch as they challenge the preconceptions of their fields.***

SHELDON: *If I had a million guesses I never would have gotten that.* (The Big Bang Theory).

У наведеному прикладі КН є результатом порушення синтаксичних норм побудови англomовного речення. Радж квапиться повідомити друзям радісну новину про те, що його назвали одним із тридцяти «провидців» – молодих учених до тридцяти років, які кидають виклик упередженням, які існують у їхній сфері наукової діяльності. Висловлення Раджа містить номінацію *one of their thirty under-30 to watch*, яка фактично становить собою «згорнуту» синтаксичну структуру висловлення *Thirty visionaries under thirty years of age to watch as they challenge the preconceptions of their fields*. Радж адресує редуковане висловлення насамперед своїм друзям (Леонарду і Говарду), які знайомі з цим рейтингом й із захватом реагують на досягнення товариша (*Well, wow, that's incredible*). Водночас, він не бере до уваги, що учасником комунікативної ситуації є також Шелдон, який і гадки не має, про що йдеться. Таким чином, окрім лінгвальних норм, Радж водночас порушує і лінгвоетологічні, що виражається в недотриманні принципу кооперації Г. П. Грайса, а саме максими повноти інформації один із постулатів якої гласить, що «висловлювання повинно мати не менше інформації ніж потрібно» [15, с. 45]. Як наслідок, Шелдон перепитує Раджа (*Excuse me. Thirty what, under thirty what, to watch what?*), сигналізуючи повне нерозуміння його висловлення, Радж пояснює Шелдону, що саме він мав на увазі.

Усвідомлення учасниками комунікації лінгвальної й лінгвоетологічної інконгруентності мовлення адресанта спричиняє комічний ефект, який дає змогу розв'язати комунікативний конфлікт, що виникає внаслідок КН.

(1.2.) There was a blackout and Chandler got stuck at the bank with Victoria's Secret model. He phoned Monica but he couldn't speak as the girl was standing not far from him.

MONICA: [to everyone] *It's Chandler!* [on phone] *Are you OK?*

CHANDLER: *Yeah, I'm fine.* [trying to cover up what he is saying] *I'm trppd in an ATM vstbl wth Jill Gdcr.*

MONICA: *What?*

CHANDLER: *I'm trppd... in an ATM vstbl... wth Jill Gdcr!*

MONICA: *I have no idea what you just said.*

CHANDLER: [angry] *Put Joey on the phone.*

JOEY: *What's up man?*

CHANDLER: *I'm trppd... in an ATM vstbl... wth JLL GDCR.*

JOEY: [to everyone] *Oh my God! He's trapped in an ATM vestibule with Jill Goodacre!* [on phone] *Chandler, listen.* [says something intentionally garbled] (Friends).

У цьому прикладі до виникнення КН призводить порушення фонетичних норм, спричинене усуненням голосних фонем. Чендлер не міг говорити, тому вирішив видозмінити своє повідомлення за допомогою редукції голосних *I'm trppd... in an ATM vsbtl... with Jll Gdcr*. Таке мовлення не є нормативним, тому призводить до комічного ефекту.

(1.3.) [JACK is helping KAREN with a CPR dummy].

KAREN: [SHAKING CPR DUMMY] *Katie, Katie! Are you ok?*

JACK: *No, no, no, Kare, her name is Annie. Resuscit-Annie. Or in a perfect world, Resuscit-Andy. Ha ha!*

KAREN: *Honey, I can't remember my kids' names, ok? What's going on? What do I do? How do I bring it to life? Oh, wait. That sounds like me on my wedding night. Uh-ha-ha. Ha ha.*

JACK: *Ok, Karen, focus, all right? Here's a little acronym that will help you: C-T-A-P-T-N-T-T-H-A-B-M-T-M.*

KAREN: ***Here's a little acronym for you, honey: What the hell are you talking about?***

JACK: ***C-T-A: Check the airway. P-T-N--Good--Pinch the nose. T-T-H: Tilt the head. A-B-M-T-M: And begin mouth-to-mouth.*** [SING-SONG] *C-T-A-P-T-N-T-T-H-A-B-M-T-M.* (Will and Grace)

У цьому мовленнєвому акті адресант, намагаючись допомогти, уживає акронім, який, по-перше, є невідомим адресату, а, по-друге, занадто складним для сприйняття *C-T-A-P-T-N-T-T-H-A-B-M-T-M* (*перевір дихальні шляхи, затисни ніс, відкинь голову та починай робити штучне дихання «із рота в рот»*). Комічний ефект спричиняється порушенням не лише лінгвальних, а й лінгвоетологічних норм. Із погляду дотримання принципу кооперації Г. П. Грайса, спостерігається порушення максими манери, пов'язаної із дотриманням адекватних способів передавання інформації. Одним із постулатів цієї максими є «уникай незрозумілих висловів» [15, с. 46].

2. Плеонастичність мовлення проявляється в надмірній лексикалізації мовленнєвої структури. Наприклад:

(2.) *Monica, Rachel and Phoebe were at a dance class.*

TEACHER: *May I help you?*

MONICA: *Oh, no thanks, we're just here to observe.*

TEACHER: ***You don't observe a dance class. You dance a dance class. Spare shoes are over there.***

RACHEL ***What does she mean?***

PHOEBE: ***I think she means [Imitates] 'You dance a dance class'. Oh, c'mon, c'mon.*** [They put on some spare shoes] (Friends).

Якщо в прикладах (1.1–1.3) комічний ефект зумовлений мовною економією, то в цьому прикладі до появи комічного ефекту призводить мовна надлишковість. Реагуючи на відмову дівчат танцювати, учитель танців уживає інфінітивне словосполучення *to dance a dance class*, де інфінітив і додаток мають однокореневу основу й, відтак, дублюють зміст. Надлишкова лексикалізація викликає нерозуміння з боку Речел та спричиняє комічний ефект у глядача.

3. Продуктами мовленнєвої креативної діяльності мовця є, насамперед, телескопічні словотвірні okazionalizmi. Наприклад:

(3.) [Chip is walking Monica to his motorcycle].

CHIP: *Here, we are.*

MONICA: ***Oh my God! You still have the Chipper!***

CHIP: ***The what?***

MONICA: ***That's what we used to call your ah, your motorcycle in high school. You know how a motorcycle is a Chopper, and you're Chip. Never mind.*** (Friends).

У наведеній ситуації КН відбувається через уживання адресантом індивідуально-авторського неологізму. Моніка утворює складене слово *Chipper* на основі мовної гри із застосуванням прийому телескопії, який у цьому випадку реалізується в зливанні повної основи одного вихідного слова *Chip* (*імені хлопця*) з усіченою основою іншого слова *Chopper* (з англ. «*chor*» – *вид мотоциклів з подовженою рамою та передньою вилкою*). Цей okazionalizm викликає нерозуміння адресата й спричиняє комічний ефект.

4. Як зазначалося, однією з лінгвальних причин КН є також утворення адресантом нових метафор, виражених словосполученнями й реченнями. Наприклад:

(4.) CHANDLER: *Does anyone else think David Copperfield is cute?*

MONICA: *No, but he told me, he thinks you are a fox.*

CHANDLER: *All right, Janice, likes him. In fact she likes him so much she put him on her freebie list.*

JOEY: *Her what?*

CHANDLER: *Well, we have a deal, where we each get to pick five celebrities that we can sleep with, and the other one can't get mad.* (Friends 3).

У наведеному прикладі КН виникає через те, що адресат не розуміє метафоричного словосполучення, утвореного адресантом. Чендлер розповідає своїм друзям, що Дженіс, його дівчині, настільки подобається Девід Копперфільд, що вона внесла його до власного «безплатного переліку» (*freebie list*). Виявляється Чендлер і Дженіс мають домовленість, згідно з якою кожен може обрати п'ять знаменитостей, із якими вони можуть переспати, не «заплативши» при цьому власними стосунками. Власне словосполучення репрезентує метафору АДЮЛЬТЕР ЗІ ЗНАМЕНИТІСТЮ є ПРИДБАННЯМ АКЦІЙНОГО ТОВАРУ, ЗА ЯКИЙ НЕ ТРЕБА ПЛАТИТИ. Відтак КН виникає через ігнорування адресантом лінгвостологічних норм: Чендлер забуває про те, що «безплатний перелік» є його з Дженіс домовленістю, про яку друзі нічого не знають. Тим самим він нехтує принципом кооперації, а саме – максимою манери. Комічний ефект є наслідком неочікуваності метафори й інконгруентності ситуації онтологічним нормам (насправді цей перелік – лише гра, бо Чендлер і Дженіс не знайомі зі знаменитостями й не можуть розраховувати на інтимні стосунки з ними).

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Узагальнюючи результати аналізу лінгвальних причин КН, пов'язаних із відсутністю семіозису в ситуації комунікації, можна стверджувати, що подібні КН виникають унаслідок економії або, навпаки, плеонастичного використання мовцем мовних ресурсів, креативної мовленнєвої діяльності мовця, що втілюється в оказіональних мовних виразах – продуктах словотворення (неологічних акронімах та телескопізмах), а також нових метафорах.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в аналізі інших типів КН.

#### *Джерела та література*

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учеб. для вузов / И. В. Арнольд. – [5-е изд.]. – М. : Флинта ; Наука, 2002. – 384 с.
2. Городецкий Б. Ю. К типологии коммуникативных неудач / Б. Ю. Городецкий, И. М. Кобозева, И. Г. Сабурова // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. – Новосибирск : [б. и.], 1985. – С. 64–78.
3. Дубцова О. В. Комунікативна невдача як об'єкт лінгвістичного дослідження / О. В. Дубцова // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. : Романо-германська філологія. – 2011. – № 972. – С. 57–62.
4. Ермакова О. П. К построению типологии коммуникативных неудач (на материале естественного русского диалога) / О. П. Ермакова, Е. А. Земская // Русский язык в его функциональных разновидностях. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 31–33.
5. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история / Э. Косериу // Новое в лингвистике. – М. : Изд-во иностр. лит., 1963. – Вып. 3. – С. 125–343.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Моск. гос. ун-т, 1996. – 245 с.
7. Культура русской речи : учеб. для вузов / под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999. – 560 с.
8. Мартынюк А. П. Несоответствие норме как источник смехового эффекта в тексте англоязычного анекдота / А. П. Мартынюк // Записки з романо-германської філології. – Вип. 20. – Одеса : Фенікс, 2008. – С. 80–89.
9. Никитин М. В. Лексическое значение в слове и словосочетании / М. В. Никитин. – Владимир : ВГУ, 1974. – 127 с.
10. Самохина В. А. Современная англоязычная шутка : [монография] / В. А. Самохина. – Харьков : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2008. – 356 с.
11. Советский Энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклоп., 1981. – 1600 с.
12. Современный философский словарь / [С. А. Азаренко, В. М. Андрианов, Д. В. Анкин, К. Ю. Багаев / под общ. ред. В. Е. Кемерова]. – М. : Академ. проект, 2004. – 863 с.
13. Сорокин Ю. А. Отечественные исследования по массовой коммуникации / Ю. А. Сорокин // Знаковые проблемы письменной коммуникации : сб. науч. тр. – Куйбышев : [б. и.], 1985. – С. 3–15.
14. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
15. Grice H.P. Logic and conversation / H. P. Grice // Syntax and semantics. – N. Y. : Academic Press, 1975. – Vol. 3 : Speech acts. – P. 25–69.

16. Lakoff G. *Metaphors we live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago ; L. : Univ. of Chicago Press, 2003. – 277 p.
17. Schopenhauer A. *Werke in 10 Banden* / A. Schopenhauer. – Zürich : Campus, 1977. – Bd. 2 : *Die Welt als Wille und Vorstellung*. – 265 s.

**Дубцова Ольга.** *Лингвальная инконгруэнтность как причина отсутствия семиозиса в ситуации коммуникации (на материале англоязычного кинодискурса).* В статье представлены результаты анализа лингвальных причин коммуникативных неудач в коммуникативных ситуациях полного непонимания говорящего, сопровождающегося комическим эффектом. Доказывается, что подобные коммуникативные неудачи возникают в результате экономии или, наоборот, плеонастического использования говорящим языковых ресурсов, а также креативной речевой деятельности говорящего, которая проявляется в окказиональных языковых выражениях – продуктах словообразования (неологических акронимах и телескопизмах) и новых метафорах.

**Ключевые слова:** коммуникативная неудача, лингвальная инконгруэнтность, комический эффект.

**Dubtsova Olga.** *Lingual Incongruence as a Cause of the Absence of Semiosis in a Situation of Communication (on the Material of the English-language Cinema Discourse).* The article presents the results of the analysis of lingual causes of communicative failures in communicative situations of complete incomprehension of the speaker, which is accompanied by a comic effect. We prove that such communicative failures occur as a result of economy or, on the contrary, pleonastic use of language resources by the speaker as well as the speaker's creative activity, resulting in occasional linguistic expressions – products of word formation (neological acronyms and telescopic words) and new metaphors.

**Key words:** communicative failure, lingual incongruence, comic effect.

Стаття надійшла до редколегії  
28.03.2013 р.

УДК 81'23:316.454.52

**Софія Застровська,  
Олександр Застровський**

### **Дискусійні питання комунікативної лінгвістики**

У статті висвітлено вживання термінів «спілкування» / «комунікація» / «фатична комунікація» / «метакомунікація» в дослідженнях із комунікативістики, зіставлено визначення в різних наукових дослідженнях, висловлено власне бачення щодо їхнього розмежування, наголошено на доцільності ототожнення цих понять.

**Ключові слова:** спілкування, комунікація, інформаційний обмін, фатична комунікація, метакомунікація.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Останнім часом нерідко говорять про так звану «комунікативну революцію», яку застосовують і до комунікації як явища, і до її теоретичного осмислення [2; 11 та ін.]. Передусім ідеться про ті сторони життя, на які впливають нові інформаційні технології та технічні винаходи. Найчастіше комунікативну революцію пов'язують з Інтернетом [15], адже світ дедалі більше нагадує «глобальне село», яке засноване на електронних комунікативних потоках (ідеться насамперед про медійні інформаційні комунікації).

Інше значення слова «комунікація» пов'язане із «живим» невіртуальним спілкуванням, що зумовило інтерес до теоретичного осмислення комунікації. Протягом останніх десятиліть лінгвістичні дослідження частіше орієнтовані на комунікативний підхід, у межах якого активно дискутуються ідеї про природу та функції комунікації. Так, наприклад, вважають, що «теорія комунікації Ю. Хатбермаса здійснила «комунікативну революцію», оновила уявлення про власне комунікацію і комунікативну діяльність» [11, с. 257].

Отже, можна говорити про певний ізоморфізм повсякденного та наукового мислення, який проявляється в прагненні до нового та сподіванні на те, що нові гаджети та ідеї вирішать зрештою проблеми, і можна буде знайти відповідь на питання, що таке комунікація і як вона може здійснюватися найефективніше [4, с. 25–26]. Значущість комунікації набула актуальності, вірогідно, з причини численних порушень у спілкуванні. XX століття – криваве століття, і тому сьогодні хочемо сподіва-