

## REFERENCES

1. Bobkova, T. V. (2014), Theoretical and methodological approaches to the study of collocation, *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho linhvistychnoho universytetu. Seriya: Filolohiia* [Bulletin of Kyiv National Linguistic University. Series: Philology], vol. 17 (2), pp. 14–22.
2. Kocharian, Yu. H. (2012), The language nature of the military term, *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo univversityeta* [Bulletin of the Adygeya State University], Iss. 1, pp. 256–261.
3. Kocharian, Yu. H. (2012), Metaphor and metonymy in term formation (in English military terminology example), *Vestnik Univversityeta Rossiyskoy Akadyemii Obrazovaniya* [Bulletin of the University of Russian Academy of Education], No. 1, pp. 120–123.
4. Official website of NATO archival documents, available at: [http://www.nato.int/cps/ru/natohq/official\\_texts.html](http://www.nato.int/cps/ru/natohq/official_texts.html) (daily access).
5. Ryabov, A. G. (2009), Metaphor in term formation: (in the example of military terminology), *Vestnik Kostromskogo Gosudarstvennogo Univversityeta im. N. A. Nyekrasova* [Bulletin of the Kostroma State University named after N. A. Nekrasov], Vol. 15 (3), pp. 149–154.
6. Sokolov, S. V. (2014), Nomination of multi in modern terminological system: (for example, German and Russian military terminology), *Prepodavatyel XXI vek* [Teacher XXI century], No. 1, part 2, pp. 351–355.
7. Website of Russian National Corpus, available at: <http://www.ruscorpora.ru/corpora-biblio.html> (daily access).

УДК 81:395:177:395.6/7

## МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК ОБ'ЄКТ ПОЛІАСПЕКТНОГО ВИВЧЕННЯ

Деревянко Ю. М.

*Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна*  
juliad88@list.ru

У статті проаналізовано погляди на явище мовленнєвого етикету, відображені в концепціях різних парадигм. Окреслено функції етикету в комунікативному процесі. Особливу увагу акцентовано на розумінні мовленнєвого етикету як семиотичної системи. Етикетні знаки носять системний характер і виявляються в шаблонних ситуаціях вітання, прощання, подяки тощо. Виявлено опозиційний характер елементів мовленнєвого етикету як знакової системи. Окремо проаналізовано функції вербальних та невербальних етикетних знаків. Підкреслюється необхідність вивчення мовленнєвого етикету, як невід'ємної частини поведінки та культури спілкування комунікантів.

*Ключові слова: мовленнєвий етикет, мовленнєвий акт, комунікативний процес, комунікативна стратегія, етикетні формули, вербальна / невербальна комунікація.*

## РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ КАК ОБЪЕКТ ПОЛИАСПЕКТНОГО ИЗУЧЕНИЯ

Деревянко Ю. Н.

*Запорожский национальный университет, ул. Жуковского, 66, г. Запорожье, Украина*

В статье проанализированы существующие взгляды на явление речевого этикета, отображенные в концепциях разных парадигм. Определены функции этикета в коммуникативном процессе. Особое внимание акцентировано на понимании речевого этикета как семиотической системы. Этикетные знаки носят системный характер и проявляются в типичных шаблонных ситуациях приветствия, прощания, благодарности и т.д. Выявлен оппозиционный характер элементов речевого этикета как знаковой системы. Отдельно проанализированы функции вербальных и невербальных этикетных знаков. Подчеркивается необходимость изучения речевого этикета, как неотъемлемой части поведения и культуры общения коммуникантов.

*Ключевые слова: речевой этикет, речевой акт, коммуникативный процесс, коммуникативная стратегия, этикетные формулы, вербальная / невербальная коммуникация.*

## SPEECH ETIQUETTE AS AN OBJECT OF POLYASPECT STUDY

Derevianko Y. M.

*Zaporizhzhya national university, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya*

Investigation of speech etiquette does not lose relevance, as far as the speech etiquette is constantly changing phenomenon. Communicants' knowledge of verbal behavior rules ensures effective communication.

The article offers a comprehensive review of the main approaches to the study of speech etiquette. It helps to understand the communicative process as a whole, to explain the differences in communicative interaction of different cultures and social groups, to determine the conditions of successful communication.

The article reveals differences in the concept of speech etiquette with a view to pragmatic, sociolinguistic, linguo-cultural, cognitive, comparative-historical perspectives. Each of these approaches presents such specific functions as phatic, emotive, suggestive, conative, regulatory, preventive and expressive, which are all analyzed in the article.

Speech etiquette is interpreted in different ways within each approach, but they all are agreed that it is an important part of behavior and communication.

The greatest attention is given to consideration of speech etiquette in semiotic perspective as a kind of symbol system. The unit of information transfer between the communicants is a sign of etiquette. Etiquette signs are systemic and are revealed in typical etiquette situations. Lack of necessary etiquette sign in certain etiquette situations can lead to conflict between communicants. The article also noted oppositional character of the elements of speech etiquette as a semiotic system.

The internal organization of etiquette involves the general semiotic functions: message transfer and ensuring in understanding of its contents, influence on addressee, and expression of personal attitude to the message.

Separately nonverbal signs of etiquette also perform important functions. Ontological group of functions is based on the specific nature of nonverbal signs and includes cognitive, deictic, information functions. Instrumental group of functions describes functional interaction of nonverbal and verbal modules in communicative act. This group combines functions of complementation, contradiction and replacement. The group of pragmatic functions describes the role of verbal and nonverbal actions in communicative act and its impact on the addressee and includes regulatory, emotive-evaluative, illocutionary function, and the function of self-presentation of each communicant.

Etiquette signs system is the foundation of communication and etiquette rules put strict limits for the use of signs. Semiotic approach to the study of speech etiquette is the most profound and awaits depth study.

*Key words: speech etiquette, speech act, communication process, communication strategy, etiquette speech patterns, verbal / non-verbal communication.*

Дослідження мовленнєвого етикету актуальні в сучасному мовознавстві, етнології, лінгвокультурології, що пояснюється важливістю й динамічністю способів подачі повідомлення в різних сферах життя та умовах спілкування. Історія функціонування мовленнєвого етикету доводить, що він підпорядкований соціокультурним умовам і є тим необхідним засобом, який забезпечує максимальну ефективність комунікації, залежну від обсягу знань про правила мовленнєвої поведінки та компетенції комунікантів.

Усебічне вивчення мовленнєвого етикету й систематизація поглядів на це поняття має важливе значення для розуміння комунікативного процесу загалом, пояснює відмінності в комунікативній взаємодії представників різних культур і соціальних груп, а також визначає умови, за яких взаємодія учасників комунікації буде успішною (І. М. Горелов (1980), П. Грайс (1997), Є. В. Ключев (2002), К. Лоренц (1990), Н. П. Плющ (1991), І. І. Серякова (2012), Н. І. Формановська (1987, 1989, 2002)).

У статті здійснено систематизацію головних підходів до вивчення мовленнєвого етикету, а її основними завданнями було з'ясувати відмінності в інтерпретації поняття «мовленнєвий етикет», окреслити його основні комунікативні функції.

Явище мовленнєвого етикету розуміють як прийняту в певній культурі сукупність вимог до структури, суті, послідовності, характеру й ситуативної доречності висловлювань, і розглядають у прагматичному [4, 7, 14], соціолінгвістичному [15, 16], лінгвокультурологічному [11, 15], когнітивному [2] та історично-порівняльному аспектах [6, 9, 10].

Останнім часом питання мовленнєвого етикету висвітлюється також в аспекті паралінгвістики та семіотики [12]. У межах цих підходів мовленнєвий етикет тлумачать по-різному, але здебільшого його визначають як сукупність мовленнєвих актів, елементів культури народу, набір паралінгвістичних знаків, систему етикетних одиниць, яка відповідає соціальним ознакам учасників спілкування, набір мовленнєвих формул, через які відстежується історія суспільства. Проте всі ці підходи не суперечать один одному, а узгоджуються стосовно того, що мовленнєвий етикет – це важлива частина поведінки й спілкування, продукт та інструмент комунікативної діяльності.

У межах прагматики мовленнєвий етикет розуміють як систему мовленнєвих актів або цілеспрямованих мовленнєвих дій, які визначаються конкретними мотивами й намірами комунікантів, чи здійснюються автоматично, відповідно до принципів та правил мовленнєвої поведінки, прийнятих у суспільстві.

Таке тлумачення мовленнєвого етикету ґрунтується на ототожненні кожної одиниці мовленнєвого етикету з виконанням конкретної дії та розглядає її як мовленнєвий акт певного виду [7], наприклад: репрезентативний акт (інформування) – англ. *You are right. That goes without saying*, укр. *До певної міри Ви маєте рацію*; директивний акт (спонукання до дії) – англ. *You should remember...*, фр. *Je suis obligé de refuser*; комісивний акт (обіцянка) – укр. *Прошу прийняти мої вибачення, обіцяю виправитися*, експресивний акт (вибачення) – рос. *Простите мою оплошность*.

Залежно від мети, способу передачі інформації, психологічного стану й інтересів мовців, конкретне висловлювання буде співвідноситися з певним видом мовленнєвого акту, на який «можна орієнтуватися комунікантам, вибираючи необхідний тип комунікативної стратегії» [7, с.285]. Успішність обраної комунікативної стратегії й мовленнєвого акта загалом визначається прагматикою з погляду на досягнення учасниками комунікації поставленої мети. Цей процес відбувається через виконання низки комунікативних функцій: фатичної, емотивної, сугестивної.

Мета фатичної функції – привернення уваги співрозмовника, спонукання його до комунікативної взаємодії, встановлення контакту (укр. *Хочу представити Вам..., Вам є що обговорити*).

Емотивну функцію реалізовано різними експресивними елементами з метою підсилення емоційного забарвлення спілкування (англ. *I fail words to express my thanks*, фр. *Je suis très heureuse de t'avoir rencontré*).

Сугестивна функція сприяє максимальному впливу на співрозмовника (англ. *Sorry, but it seems you've missed the point*, укр. *У цьому Ви якраз помиляєтеся*).

Дослідники [4, 7, 14], які вивчають мовленнєвий етикет у прагматичному аспекті, наполягають, що функціонування одиниць мовленнєвого етикету варто розглядати з точки зору виконання мовленнєвих актів і оцінювати кожний його вияв як спосіб досягнення мовцем певної мети.

Зрозуміло, що мовленнєвий етикет є наслідком соціальної взаємодії людей, у зв'язку з чим Н. І. Формановська [14, с.117] пропонує розрізняти такі особливі типи мовленнєвих актів: контактиви, які містять висловлювання з контактопідтримувальною функцією в соціумі (англ. *I'm so happy to see you!*), і соціативи з висловлюваннями, спрямованими на створення гармонійної рівноваги в суспільстві (фр. *Vous avez bonne mine, vous savez!*). Проте прагматичний підхід якраз недостатньо враховує соціолінгвістичні характеристики учасників комунікації, які застосовують мовленнєвий етикет.

Саме тому підтримуємо думку Н. П. Плющ стосовно того, що етикет є соціальним за своєю природою «феноменом людського спілкування, складним і синкретичним.

У ньому міцно переплетені соціальні, психологічні та мовні чинники» [11, с.91]. У соціолінгвістичному аспекті мовленнєвий етикет слід тлумачити як сукупність етикетних одиниць, пріоритетність яких зумовлена соціальними ознаками учасників спілкування (вік, освіта й виховання, стать, професійна належність, виконання певних соціальних ролей).

З огляду на це, соціолінгвістичний аспект дослідження мовленнєвого етикету якраз і дозволяє розкрити конативну й регулятивну його функції. Конативна функція пов'язана з прийнятими в соціумі правилами ввічливості й забезпечує демонстрацію шанобливого ставлення до адресата: англ. *Would you mind...*; фр. *Soyez gentils..., Je voudrais encore une fois vous remercier de...*. Вибір етикетної форми визначається ступенем знайомства співрозмовників, особливостями взаємин комунікантів, рольовими позиціями партнерів [16, с.79].

Регулятивна функція пов'язана з характером відносин адресанта й адресата. «Рольові переключення», які демонструють мовці, виконуючи кілька соціальних ролей, «як правило, пов'язані і з мовленнєвими переключеннями» [16, с.75]. Наприклад, залежно від формальних/неформальних умов спілкування обирається відповідна форма звертання. Скорочена й демінутивна форма власного імені (англ. *Bessie!*) вживається в ситуації неофіційного спілкування, а повна форма (англ. *Elizabeth!*) – в офіційному.

Отже, особливості мовленнєвого етикету слід вивчати з урахуванням соціальних характеристик учасників спілкування та розуміння їх соціальних ролей. Однак і соціолінгвістичний аспект залишає поза увагою особливості культури, звичаїв, традицій певного суспільства, роль фонових знань, що відбивають істотні для цього суспільства моральні й етичні норми, та їх вплив на мовленнєву культуру мовців.

Мовленнєвий етикет є невід'ємним елементом культури народу, що унеобхіднює розгляд цього поняття в лінгвокультурологічному аспекті. Інтерес дослідників пояснюється розмаїттям та унікальністю національних звичаїв, традицій, ритуалів, які людина засвоює, а потім ідентифікує себе з якоюсь культурою. Засвоюючи культурні норми та правила мовленнєвого етикету, комуніканти на підсвідомому рівні прагнуть діяти відповідно до усталених соціально-схвалених ситуацій. Як зауважує К. Лоренц, «суспільна поведінка людей пронизана культурною ритуалізацією настільки, що саме через її всюдисущність це майже не доходить до нашої свідомості» [10, с.62]. Імовірно, цим і пояснюється той факт, що більшість ритуалів, які вважаються хорошими манерами співрозмовників, є автоматизованими й комуніканти очікують одне від одного конкретних дій. Проте якщо очікувані знаки уваги (вітання, вибачення, подяка, привітання) відсутні, співрозмовник сприймає це болісно.

До того ж, саме лінгвокультурологічний аспект враховує дуже важливу емотивну (експресивну) функцію мовленнєвого етикету, яка передбачає здійснення емоційного впливу на співрозмовника. Національний характер мовленнєвої поведінки виявляється саме в прагненні до експресивності учасників комунікації, а також до вживання традиційних, оригінальних мовленнєвих форм, щоб підкреслити свою культурну ідентичність [6, с.65]. Особливо виразні відмінності між комунікантами, коли актуалізується універсальна опозиція «своє» – «чуже» (зіткнення однієї національної культури з іншою) [14, с.190].

Попри те, що в мовленнєвому етикеті кожної культури можна легко відстежити відмінні унікальні риси, неможливо також не помітити спільні, універсальні ознаки в різнокультурних системах правил мовленнєвої поведінки. Скажімо, формули вітання й прощання, форми шанобливого звертання до старших є культурною універсалією, хоча ці риси по-своєму реалізуються в окремих культурах. Наприклад, привітання актуалізується як побажання здоров'я (укр. *Доброго здоров'я! Здоровенькі були!*), побажання

миру (араб. *Salaam alei-kun*, івр. *šālōm*), або як питання про те, як справи (англ. *How do you do?*, фр. *Comment ça va?*). Залежно від культурного контексту такі етикетні одиниці можуть супроводжуватися особливими невербальними знаками (рукостискання, поцілунок, уклін тощо).

Дотримуючись усталених правил мовленнєвого етикету конкретної культури, доречного уживання етикетних знаків, комуніканти демонструють шанобливе ставлення один до одного та запобігають можливим конфліктам. Саме так реалізується «профілактична функція спілкування» [13, с.12] – англ. *Accept my apologies*, фр. *Je vous demand pardon*.

Виявляється, що саме лінгвокультурний аспект вивчення мовленнєвого етикету дає можливість збагнути його національну суть, виявити унікальні й універсальні особливості в спілкуванні носіїв певної культури. А це, у свою чергу, дозволяє сформулювати уявлення про мовну картину світу етносу та місце мовленнєвого етикету в ньому.

З точки зору когнітивного аспекту мовленнєвий етикет розглядається як засіб обміну інформацією про конкретну культуру для створення цілісної картини розуміння цієї культури, як засіб самопізнання комунікантів.

Існування когнітивної моделі спілкування у свідомості людини та приблизний сценарій кожної мовленнєвої дії «дозволяє правильно інтерпретувати поведінку, у тому числі й мовленнєву, інших людей» [2]. Передбачається, що кожен учасник спілкування засвоїв відповідну «ситуаційну когнітивну модель» спілкування, спираючись на яку, він здатний реалізувати та інтерпретувати будь-який мовленнєвий акт. А. Г. Берднікова, аналізуючи ментальний сценарій подяки, зазначає, що він охоплює: фонові знання про те, у яких ситуаціях буде актуальним виконання ритуалу подяки; уявлення про основні інтенції суб'єкта подяки; усвідомлення комунікативних умов ситуації подяки; уявлення про те, як вербально втілюється мовленнєвий акт подяки; знання про те, що невдячність засуджується соціумом [2, с.15].

Як бачимо, когнітивістика вивчає мовленнєвий етикет, розкладаючи його на деталі, і дозволяє глибше зрозуміти природу мовленнєвого етикету та особливості використання правил, які діють у тій чи іншій лінгвокультурі.

Правила соціальної та мовленнєвої поведінки виявляються неоднаковими в різні історичні епохи й періоди, тому динамічний характер мовленнєвого етикету вимагає застосування історично-порівняльного аспекту для його опису. Окремий набір етикетних формул несе в собі знання про особливості життя етносу, про етичні норми суспільства на кожному історичному етапі його розвитку, адже «мовленнєвий етикет належить до етнокультурних стереотипів, вкоріненість яких у самосвідомості етносу дуже глибока» [15, с.48]. Оскільки в мовленнєвій поведінці акумулюється багатий народний досвід, неповторність звичаїв, умов побуту кожного народу, мова також змінюється разом зі способом життя людей, що відбито в субстанціональних та функціональних змінах в етикетних формулах.

Мовленнєві формули, зокрема, вітання-благословення, вітання-висловлення доброзичливості, прощання-побажання, прощання-благословення можуть виконувати функції оберегів від пристрїту або небажаних подій (рос. *Бог спасет!*, укр. *Бог милує!*). З часом мовленнєві формули «втрачають свою сакральну суть, перестають бути знаками певних релігійно-магічних феноменів, і обумовлені просто мовною звичкою» [9, с.30], як у випадку висловлення різкої незгоди, заперечення – рос. *Боже упаси!*, укр. *Господи помилуй!*. Спостерігаються й функціональні зміни в межах мовленнєвих формул: фатична функція втрачає домінантність, а соціально-етикетна й експресивна функція набувають усе більшої ваги.

Історично-порівняльний аспект дозволяє виявити багатогранність мовленнєвого етикету, його безкінечний потенціал щодо змін та вдосконалення відповідно до наявного стану мовленнєвої культури.

Мовленнєвий етикет також вивчається в семіотичному аспекті, хоча саме цей підхід до вербальних та невербальних етикетних засобів залишає найбільший простір для дослідження. В. Є. Гольдін вважає етикет своєрідною знаковою системою, «вивченням якої повинна... займатися семіотика» [3, с.32].

З огляду на семіотичний аспект одиницею передачі інформації між комунікантами є етикетний знак, який розглядають «як маркування взаємин і взаємодій людей у суспільстві та в спілкуванні, з точки зору поєднання вербальних і невербальних етикетних знаків у мовних актах, з точки зору мовця, його оцінки та вибору знака для конкретного адресата» [14, с. 178–179].

Вибір етикетних знаків залежить від загальноприйнятих у суспільстві ритуалів, традицій, звичаїв та обрядів. Передача етикетних знаків відбувається через канал зв'язку між комунікантами, який «наповнюють семіотичні вмістилища» [12, с. 69]. Саме тому мовленнєвий етикет в семіотичному аспекті можемо розглядати як систему певних знаків, що виявляються в шаблонних етикетних ситуаціях (вітання, прощання, побажання), та мають свою «граматику (правила поєднання знаків)» [1, с. 5].

Мовленнєвий етикет – це структурована система знаків, між якими встановлюються парадигматичні й синтагматичні відношення. Парадигматичні відношення наділяють знаки єдиною властивістю, але різними ознаками. Конкретні правила поведінки описують етикетні жести й головною функцією цих знаків є передача інформації в межах етикетної поведінки [8].

Коли зміст двох знаків однієї знакової системи збігається, то такі парадигматичні відношення називають синонімією й омонімією. Синонімічними вони будуть, коли зміст збігатиметься, а форми відрізнятимуться. Наприклад, знак «показати язика» уживають з метою когось подразнити. Омонімічні знаки характеризуються збігом форм і відмінністю їх змісту. Наприклад, жест «знизувати плечима» може означати як незнання чогось, так і байдужість.

Синтагматичні відношення не передбачають подібності або відмінності знаків. Вони означають тільки те, що знаки однієї системи можуть уживатися разом у процесі спілкування, взаємодіючи один з одним: як жести та міміка використовуються разом у ситуації невербального спілкування для підсилення вербального повідомлення та більш точного вираження власних почуттів комунікантом.

Говорячи про використання системи етикету в комунікації, В. В. Дементьєв наголошує, що «знак перебуває в гострій опозиції до його відсутності, а відсутність знака є вагомою й усвідомлюється однозначно» [5, с. 201]. Етикетні знаки справді мають системність, адже відсутність необхідного знака в певній етикетній ситуації викликає непорозуміння між комунікантами, а в окремих випадках призводить до конфлікту. Таке протиставлення не дивне, оскільки опозиційний характер елементів семіотичних систем відносять до основних семіотичних закономірностей. У семіотичній системі знак рукостискання та демонстративне його уникнення існують як члени опозиції та декодуються як «шанобливе vs. нешанобливе ставлення до комунікантів». «Повсякденне спілкування vs. церемоніальне» [1, с. 6] також сприймається як семіотична опозиція й порушення етикету в першому випадку буде сприйматися легше, ніж у другому.

Вербальні етикетні знаки також мають опозиції, що виражатимуть як позитивні, так і негативні почуття комунікантів, їх шанобливе ставлення до співрозмовника чи навпаки. Наприклад, альтернатива «*ти – Ви*» в ситуації звернення є знаком того, наскільки співрозмовники наближені чи віддалені один від одного.

Певна внутрішня організація етикету як особливої знакової системи, тобто наявність законів поєднання різних знаків усередині неї, передбачає виконання низки семіотичних функцій: функція передачі повідомлення та забезпечення розуміння його змісту, функція впливу на співрозмовника та емоційно-виразна функція.

Функція передачі повідомлення та забезпечення розуміння його змісту полягає в передачі основної думки етикетними формулами, які допомагають встановити контакт між комунікантами, організують обмін інформацією між ними та плідну взаємодію. Ця функція чітко виявлена в етикетних ситуаціях привітання, прощання, вибачення, відповіді на вибачення. Вербальні експлікації (укр. *Доброго дня!*, *Скоро побачимось!*, *Не можу не вибачитися перед Вами*) співіснують з невербальним вираженням (помах рукою при зустрічі й прощанні, посмішка, уклін при вибаченні або ж опущена голова).

Реалізація функції впливу на співрозмовника, спонукання його до дії або формування певної точки зору залежить, передусім, від виразності вжитої етикетної формули (прохання, відмови, заборони, пропозиції, поради), а її вербальна актуалізація супроводжується жестовою: англ. *Could you possibly let me have... please, I'd be willing..., but I can't, By no means!*, негативне хитання головою, заборонний жест руками.

Емоційно-виразна функція сприяє повнішій і глибшій передачі думки й дозволяє передавати ставлення людини до того, про що йдеться. Найвиразніше ця функція реалізується у випадку вживання етикетних формул співчуття, розради, компліменту, схвалення (вербально – фр. *Ne le prends pas trop à coeur, Il faut prendre son courage à deux mains!* та невербально – обіймами, прогладжуванням, плесканням по плечу, підморгуванням).

Невербальні знаки в етикеті виконують низку важливих функцій. Головною з них є позначення умов здійснення комунікативного акта. До супроводжуючих умов акта спілкування можна віднести: аудіальний, візуальний або тактильний контакт його учасників за сприятливих умов спілкування; контакт через подолання перешкод у каналах зв'язку (підвищення голосу, зміна тембру голосу, підморгування, примружування очей).

І. І. Серякова, ґрунтуючись на специфічній знаковій природі невербаліки, виділяє так звану онтологічну групу функцій невербального компонента комунікації [12, с. 119], до якої входять: когнітивна, дейктична, інформаційна функції.

Говорячи про когнітивну функцію невербального компонента комунікації, треба пам'ятати, що це – функція пізнання й здійснення висновку. Саме тому кожен із комунікантів, вступаючи в етикетну взаємодію, має оцінити поглядом та, можливо, дотиком середовище, де відбувається бесіда, і проаналізувати невербальну поведінку співрозмовника (жести, вираз обличчя, погляд), що й слугуватиме індикатором почуттів співрозмовника, протікання його розумових процесів.

Дейктична функція полягає в маніфестації характеристик учасників спілкування за допомогою невербальних засобів. Це стосується, перш за все, віку комуніканта (що може визначатися тембром голосу, типовими жестами) та його емоційного стану (визначається тоном, гучністю спілкування, різкістю жестів, мімікою).

Інформаційна функція виявляється в позначенні «релевантної для ...ситуації наявності або відсутності невербальних дій» комуніканта [12, с. 123]. Невербальні дії учасника комунікативного акта, зазвичай, залежать і продиктовані умовами спілкування та спрямовані на задоволення комунікативних потреб. Адресату легше проінтерпретувати невербальні знаки як частину загальної картини комунікації, якщо вони відповідають ситуації, наприклад: кивнути при вітанні, помахати рукою при прощанні, насупитися при відмові, підморгнути при компліменті, знизати плечима при вираженні сумніву. В окремих випадках знаки, що вживаються цілеспрямовано або мимоволі, не відповідають

комунікативній ситуації, тому їх важко інтерпретувати. Це свідчить про важливість підтексту й вимагає певних когнітивних зусиль для адекватного декодування знаків учасниками спілкування.

Дослідження етикету загалом, включно із його вербальним і невербальним модулями, вимагає вирішити питання про розподіл функцій між зазначеними модулями вербального знака всередині комунікативного процесу. І. І. Серякова [12, с. 125] виділяє інструментальну групу функцій: доповнення, протиставлення та заміщення вербальних знаків. У випадку доповнення невербальний модуль поєднується з вербальним і виражає єдину думку. При протиставленні модулі мають різне маркування, тобто «говориться одне, а відчувається інше» [12, с. 127]. Ситуація з заміщенням невербальним модулем вербального трактується як комунікативна необхідність.

Отже, паралінгвальні знаки, які розглядаються як такі, що мають етикетне навантаження, охоплюють різні складники невербальної комунікації – жести, дистанцію між комунікантами, позицію мовців, зовнішній вигляд, положення тіла, кивання головою, погляд, уклін, рукостискання тощо. Такі ж знаки можуть бути нейтральними, коли не мають специфічного етикетного навантаження, бо тоді вони вживаються як емоційна реакція на ситуацію.

Невербальні знаки, звісно, можуть бути помилково декодовані співрозмовником, що спричиняє загострення ситуації спілкування, а в окремих випадках призводить до конфлікту. Найяскравіший та найінформативніший невербальний знак, що з'являється в процесі спілкування – посмішка. Вона частіше виражає позитивні почуття, хоча може бути амбівалентною, експлікуючи іронічне, зневажливе ставлення до того, про що йдеться, або до того, що відбувається.

Група виокремлених прагматичних функцій описує роль вербальних та невербальних дій, з яких складається кожний комунікативний акт, та доповнюється регулятивною функцією (передбачає правильний перебіг комунікативного процесу), емоційно-оцінною (відповідає за встановлення емоційного зв'язку між комунікантами та вдале вираження власних емоцій кожного з учасників комунікативного процесу), ілокутивною (забезпечує вдале й цілеспрямоване подання інформації) та функцією самопрезентації (вдале зображення свого іміджу в процесі спілкування).

Переконаємося, що семіотичний підхід до мовленнєвого етикету виявляється більш повним, адже сприймаючи мову як знакову систему, ми маємо говорити й про семіотичність її складників. Етикетні знаки є основою етикетного спілкування, а норми етикету встановлюють чіткі межі для використання знаків.

Отже, різні аспекти вивчення мовленнєвого етикету (прагматичний, соціолінгвістичний, лінгвокультурологічний, когнітивний, історично-порівняльний) тлумачать це поняття несуперечливо і є взаємодоповнювальними. Функції, що виконує мовленнєвий етикет при спілкуванні (фатична, емотивна, сугестивна, конативна, регулятивна, профілактична, когнітивна, дейктична, інформаційна, ілокутивна), реалізуються сукупно й забезпечують реалізацію мети кожного учасника спілкування в процесі комунікації.

Мовленнєвий етикет є системою взаємопов'язаних знаків: вербальні засоби вираження етикету комбінуються з невербальними засобами, тому можна говорити про двомодульність мовленнєвого етикету. Хоча невербальні засоби передачі інформації є виразнішими й прозорішими для декодування, оскільки передають значно більший обсяг інформації під час комунікації. Уживання в процесі комунікації комплексу етикетних знаків свідчить про їх багатofункціональність.

Семіотичний аспект дослідження вербального та невербального складника етикетизації спілкування забезпечить глибше розуміння семіотики поведінки людини, виявить



співвідношення позначувального й позначуваного, умотивованого й типологізованого в тій чи іншій лінгвокультурі.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Грайс П. Прагматическая теория значения / П. Грайс. — М., 1997. — 186 с.
2. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособие для университетов и институтов / Е. В. Ключев. — М., 2002. — 320 с.
3. Формановская Н. И. Речевое общение : коммуникативно-прагматический подход / Наталья Ивановна Формановская. — Москва : Русский язык, 2002. — 216 с.
4. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения / Наталья Ивановна Формановская. — Москва : Высшая школа, 1989. — 159 с.
5. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты / Наталья Ивановна Формановская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Русский язык, 1987. — 158 с.
6. Плющ Н. П. Формули ввічливості в системі українського мовного етикету / Н.П. Плющ // Українська мова і сучасність. — Київ : НМК ВО, 1991. — С. 90–98.
7. Бердникова А. Г. Речевой жанр благодарности: когнитивный и семантико-прагматический аспекты : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык” / А.Г. Бердникова. — Новосибирск, 2005. — 23 с.
8. Клоков Т. В. Основные направления лингвокультурологических исследований в рамках семиотического подхода / Т.В. Клоков // Теоретическая и прикладная лингвистика. — Вып. № 2. Язык и социальная среда. — Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. — С. 60–67.
9. Лисицына Т.А. Речевой этикет как важнейший компонент этнокультуры / Т. А. Лисицына // Проблемы речевого воздействия: всерос. науч. конф. — Речевое воздействие в разных формах речи. — Ростов-на-Дону, 1996. — Вып. № 4. — С. 4–6.
10. Лоренц К. Привычка, церемония и волшебство / К. Лоренц // Знания – сила. — 1990. — № 9. — С. 59–67.
11. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных текстах / Ирина Ивановна Серякова. — Киев : Изд.центр КНЛУ, 2012. — 280 с.
12. Стернин И. А. Русский речевой этикет / Иосиф Абрамович Стернин. — Воронеж, 1996. — 73 с.
13. Гольдин В. Е. Речь и этикет : Кн. для внекл. чтения уч-ся 7–8 кл. / Валентин Евсеевич Гольдин. — Москва : Просвещение, 1983. — 109 с.
14. Байбурин А. К. У истоков этикета: этнографические очерки / А. К. Байбурин, А. Л. Топорков. — Ленинград : Наука, Ленинградское отделение, 1990. — 165 с. — (Из истории мировой культуры).
15. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык / Григорий Ефимович Крейдлин. — Москва : Новое литературное обозрение, 2004. — 592 с.
16. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / Вадим Викторович Дементьев. — Москва : Знак, 2010. — 600 с. — (Коммуникативные стратегии культуры).

## REFERENCES

1. Grays P. Pragmaticeskaya teoriya znacheniya / P. Grays. — M., 1997. —186 p.
2. Klyuev E. V. Rechevaya kommunikatsiya: ucheb. posobie dlya universitetov i institutov / E.V. Klyuev. — M., 2002. — 320 p.
3. Formanovskaya N. I. Rechevoe obschenie : kommunikativno-pragmaticheskiy podhod / Natalya Ivanovna Formanovskaya. — Moskva : Russkiy yazyk, 2002. — 216 p.
4. Formanovskaya N. I. Rechevoy etiket i kultura obscheniya / Natalya Ivanovna Formanovskaya. — Moskva : Vysshaya shkola, 1989. — 159 p.
5. Formanovskaya N. I. Russkiy rechevoy etiket : lingvisticheskiy i metodicheskiy aspekty / Natalya Ivanovna Formanovskaya. — 2-e izd., pererab. i dop. — Moskva: Russkiy yazyk, 1987. — 158 p.
6. Plyusch N. P. Formuli vvichlyvosti v sistemi ukrayinskogo movnogo etiketu / N. P. Plyusch // Ukrayinska mova i suchasnist. — Kyiv : NMK VO, 1991. — p. 90–98.
7. Berdnikova A. G. Rechevoy zhanr blagodarnosti : kognitivniy i semantiko-pragmaticheskiy aspekty : avtoref. diss. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 „Russkiy yazyk” / A.G. Berdnikova. — Novosibirsk, 2005. — 23 p.
8. Klokov T. V. Osnovnye napravleniya lingvokulturologicheskikh issledovaniy v ramkah semioticheskogo podhoda / T. V. Klokov // Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika. — Vyp. № 2. Yazyk i sotsialnaya sreda. — Voronezh: Izd-vo VGTU, 2000. — p. 60–67.
9. Lisitsyna T. A. Rechevoy etiket kak vazhneyshiy komponent etnokultury / T.A. Lisitsyna // Problemy rechevogo vozdeystviya: vseros. nauch. konf. — Rechevoe vozdeystvie v raznyh formah rechi. — Rostov-na-Donu, 1996. — Vyp. 4. — p. 27–33.
10. Lorents K. Privychka, tseremoniya i volshebstvo / K. Lorents // Znaniya – sila. — 1990. — № 9. — P. 59–67.
11. Seryakova I. I. Neverbalniy znak kommunikatsii v angloyazychnyh diskursivnih tekstah / Irina Ivanovna Seryakova. — Kiev : Izd.tsentr KNLU, 2012. — 280 p.
12. Sternin I. A. Russkiy rechevoy etiket / Iosif Abramovich Sternin. — Voronezh, 1996. — 73 p.
13. Goldin V. E. Rech i etiket : Kn. dlya vnekl. chteniya uch-sya 7–8 kl. / Valentin Evseevich Goldin. — Moskva : Prosveschenie, 1983. — 109 p.
14. Bayburin A. K. U istokov etiketa : etnograficheskie ocherki / A. K. Bayburin, A. L. Toporkov. — Leningrad : Nauka, Leningradskoe otdelenie, 1990. — 165 p. — (Iz istorii mirovoy kultury).
15. Kreydlin G. E. Neverbalnaya semiotika : yazyk tela i estestvennyi yazyk / Grigoriy Efimovich Kreydlin. — Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie, 2004. — 592 p.
16. Dementev V. V. Teoriya rechevyh zhanrov / Vadim Viktorovich Dementev. — Moskva: Znak, 2010. — 600 p. — (Kommunikativnye strategii kultury).

УДК 81'42:81'373.46

## МЕТАМОВА ТЕРМІНОЗНАВСТВА ЯК ФРАГМЕНТ МЕТАМОВИ ЛІНГВІСТИКИ

Добропольська Д.О., аспірант

*Інститут української мови Національної академії наук України,  
вул. Михайла Грушевського, 4, м. Київ, Україна*

dobropolska@mail.ru

Прокоментовано погляди різних дослідників щодо визначення понять “метамова” й “метамова лінгвістики”. Проаналізовано праці, у яких здійснено спроби впорядкування термінів термінознавства. Окреслено дефініцію поняття “метамова термінознавства” у межах метамови лінгвістичної науки.

*Ключові слова: метамова, метамова лінгвістики, метамова термінознавства, історіографія термінознавства, лінгвістична термінографія.*