

ВІДОБРАЖЕННЯ СВОЄРІДНОСТІ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ У ПАРЕМІЯХ: РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЗАКОНУ КОМУНІКАТИВНОГО САМОЗБЕРЕЖЕННЯ

Тетяна Осіпова
(Харків, Україна)

У статті здійснено психолінгвістичний та комунікативний аналізи паремій як знаків мови, описано закон комунікативного самозбереження, що репрезентований в українських прислів'ях та приказках.

Ключові слова: комунікативний закон, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, стереотип, мовна компетентність, мовна свідомість.

В статье осуществлен психолингвистический и коммуникативный анализы паремий как языковых знаков, описан закон коммуникативного самосохранения, отраженный в украинских пословицах и поговорках.

Ключевые слова: коммуникативный закон, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, стереотип, языковая компетентность, языковое сознание.

The article is devoted to psycholinguistic and communicative analyses of paremii as language signs, the law of communicative self preserving, is described as embodied in Ukrainian proverbs and sayings.

Key words: communicative law, communicative strategy, communicative tactics, stereotype, language competent, language mentality.

Постановка проблеми. Дослідження мови крізь призму антропоцентризму сприяє формуванню міждисциплінарних зв'язків, утворенню міжгалузевої термінології та розвитку наукової думки. “Багато наук вивчають людину, і лише перед психологією вона постає у всій повноті її виявів. Це ставить психологію в особливі стосунки з іншими науками (...) [7, с.42]”. Принцип антропоцентризму став базовим для нових маргінальних дисциплін у лінгвістиці: теорії мовленнєвих актів, лінгвопрагматики, психолінгвістики, етнолінгвістики, лінгвокультурології, лінгвістики тексту, теорії мовної комунікації. Отже, ця наукова розвідка безпосередньо торкається проблеми вивчення процесів комунікації з урахуванням їх психолінгвістичних чинників.

Актуальність наукової розвідки зумовлена передусім тим, що аналіз комунікативних процесів здійснюємо в ній із урахуванням нових знань, зокрема й з психології, що дає змогу зрозуміти та пояснити численні мовні явища; “психологія мусить не стільки користуватися здобутками суміжних дисциплін, скільки збагачувати їх своїми досягненнями [9, с.66]”.

Психологічний напрям у мовознавстві свого часу розробляли І.Бодуен де Куртене, В.Гумбольдт, Г.Пауль, О.Потебня, Н.Хомський, А.Шлейхер, Л.Щерба. Дослідження Е.Бенвеніста, Г.Грайса, Дж.Лакоффа, Дж.Остіна, Дж.Сьорля, П.Стросона зумовили прагматичне спрямування лінгвістики. Науковий доробок Н.Арутюнової, Ю.Апресяна, Ф.Бацевича, В.Богданова, Д.Гудкова, І.Горелова,

А.Вежбицької, О. Дуденко, В.Карасика, В.Кашкіна, Т.Космеди, В.Красних, О.Леонтєва, О.Падучевої, Г.Почепцова, Т.Радзівєвської, Ю.Степанова, Й.Стерніна, І.Сусова, В.Телії, Н.Шумарової про мову як продукт діяльності людини реалізує інноваційні наукові стратегії, зокрема комунікативні, й орієнтовує нові наукові пошуки молодих дослідників.

При викладі основного матеріалу враховано, що базовими принципами сучасної мовної культури є точність, економічність, лаконічність та логічність викладу думок, що в цілому формують *мовну компетенцію* як загальний ступінь володіння мовою. Т.Космеда наголошує, що “мовна компетенція передусім залежить від стереотипів, штампів, кліше, що властиві мовній особистості як носієві конкретної культури. Стереотипи належать свідомості, а в мовленні вони виявляються у вигляді словесних штампів, кліше [8, с.10]”. Стереотипні мовні зразки в українській мові існують передусім у вигляді паремій, яким властиві зазначені вище риторичні характеристики, при цьому вони мають глибокий практичний зміст, надають мові колоритності й самобутності. Доцільно вжити в мовленні, вони концентрують головну думку, не потребують уточнень і роз’яснень, дають змогу уникнути багатослів’я, в окремих випадках безпосередньо продукують дії, уособлюючи народний досвід, є потужними прагматичними чинниками. Крім того, прислів’я та приказки віддзеркалюють як вербальні, так і невербальні особливості комунікації, що є надзвичайно цінними синтетичним явищем у мовленні. Дослідники фразеологічного фонду не раз наголошували на тому, що прислів’я та приказки виступають “кодексом неписаних законів моралі і поведінки [11, с.5; 1, с.6]”, але закони комунікації ще не були предметом дослідження пареміологічних студій.

Мета цієї наукової розвідки – виявити й описати закон комунікативного самозбереження, що відображений в українських прислів’ях та приказках, а також проаналізувати паремії як знаки мови в комунікативному аспекті щодо специфіки використання їх у живому мовленні.

Паремії, вербалізовані мовцем як прямі та непрямі мовленнєві акти, можуть набувати форми законів з твердими ілюктивними установками (*комунікативних законів*) як параметри вербальної комунікації, репрезентувати *комунікативні правила* аксіологічного характеру, віддзеркалювати та прописувати *комунікативні стратегії й тактики* як дієві ходи та прийоми комунікації, відображати *закономірності*, а також *тенденції в спілкуванні*; характеризувати учасників комунікації, утворюючи *комунікативні образи* як засіб накопичення *комунікативного досвіду*, що загалом формує менталітет українців. Паремії не лише відображають визнані принципи, максими, закони комунікації, що їх узагальнили передусім Г.Грайс і Д.Лич, а щодо українського та російського мовлення Ф.Бацевич і Й.Стернін на базі досліджень А.Баранова, Л.Виготського, Т.Винокура, О.Леонтєва та ін., але й дають підставу сформулювати ще невідомі, для яких характерні винятково українські національні риси спілкування.

Комунікативний закон розуміють як “найзагальнішу об’єктивну закономірність процесу комунікації, яка виявляється в межах неконфронтативного дискурсу й неконфронтативних стратегій комунікації [4, с.56]”; закон реалізується незалежно від конкретних умов і конкретної ситуації спілкування. Комунікативний закон “демонструє, що відбувається між співбесідниками у процесі спілкування [10]”, порівн.: *закон дзеркального розвитку спілкування* – співбесідники імітують стиль один одного; *закон*

емоційного посилення емоцій – емоційні вигуки людини посилюють емоцію, що людина переживає у даний момент; *закон мовленнєвого самовпливу* – словесне втілення ідеї формує ідею або емоцію мовця тощо. Комунікативні закони ґрунтуються на психологічних закономірностях поведінки людини, а отже, щоб описати й пояснити дію того чи іншого загального закону спілкування, необхідно осягнути закони психології.

Дію *закону комунікативного самозбереження* фахівці описують як природну потребу людини зберігати внутрішній спокій, рівновагу, відчувати себе впевнено в будь-яких ситуаціях, зокрема, такої рівноваги людина досягає, відхиляючи публічну критику загальнолюдських недоліків або вад, не “приміряючи” їх на себе, трансформуючи інформацію в більш спокійну (“у мене зовсім інше”), навіть якщо критика потенційно стосується цієї особи. Свідоме віддалення джерела напруги зберігає внутрішню психічну рівновагу (*закон відхилення публічної критики*), порівн.: *Кажи йому, що хочеш, а він своє робить* [6 (II), с.375]; *Біду свари, біду ганьби і бий, і на біду весь ліс виломи, то біда все бідою* [6 (I), с.79] (*біда* в значенні непокірної, злої, лінивої людини). Якщо критика спрямована безпосередньо на особу, особливо в присутності інших, вона переважно відхиляється особою. Й.Стернін пояснює таку реакцію як вияв комунікативного самозахисту від зазіхання на особисту самостійність [10]. Мотивом категоричного “відторгнення” (відкидання, ігнорування) публічної критики вважають високу внутрішню самооцінку індивідууму, що виявляється у впевненості щодо правильності власної поведінки та власних рішень (*закон відторгнення публічної критики*), порівн.: *Я за обмовою не буду від хати до хати бігати* [6 (II), с.622] (не дбаю про різні плітки); *Як? Я не дяк, десять раз говорити, скажу раз, але гаразд* [5, с.118]. Така ж сама мотивація зумовлює дію ще одного закону цього спрямування – *закону первинного відхилення нової ідеї*. Нова ідея, що висловлена співбесідником, первинно піддається сумніву, навіть відхиляється, хоча згодом вона може бути прийнята [3, с.39], порівн.: *Не все те Євангеліє, що люди плещуть* [6(II), с.117]; *Хто не змірить, той не увірить* [6 (II), с.535]; *Ти знаєш своє, а я своє знаю!* [6 (II), с.274]. Спільна мотиваційна база трьох зазначених законів дає можливість об’єднати їх в один – *закон комунікативного самозбереження* як такий, що визначає стратегії поведінки людини в різних комунікативних ситуаціях.

Аналіз паремійного матеріалу дозволив виявити групу паремій, що репрезентують дію зазначеного закону, порівн.: *Хто стає вівцею (медом), того вовк (мухи) з’їсть (з’їдять)* [5, с.104] – паремія репрезентує правило, що регулює рівень комунікативного самозахисту мовця; зниження помірної комунікативної агресії призводить до загрози бути поглинутим більш активними комунікантами, що, по суті, відповідає законам природи. Отже, знання правила дає змогу регулювати рівень протистояння; *Нехай коло мене, аби не на мене* [6 (II), с.375] – паремія репрезентує комунікативну тактику мовця, який обмежує свій життєвий простір з метою уникнення небезпеки та збереження внутрішньої емоційної рівноваги, що є одним із засобів комунікативного самозбереження; *Чоловік має два вуха, щоб слухав, а один язик, щоб говорив* [11, с.234] – комунікативне правило, що регламентує вербальну поведінку комуніканта; іронічна форма висловлення досягається накладанням параметрів фізіології та комунікації. Адресант надає перевагу обмеженню вербальної діяльності, а в деяких ситуаціях – мовчання як гарантам власної безпеки, порівн.: *Слухай*

багато, а мало говори [11, с.230], Слухай кожного, але не з кожним говори [11, с.230] та ін.

Психологи стверджують, що поведінка багато в чому залежить від рівня суб'єктивного контролю, або *локусу контролю* – базового параметру індивідууму, який є визначальним щодо ступеня діяльності людини [2, с.61]. Людина може бути *активним суб'єктом* своєї власної діяльності, порівн.: *Говори мало, слухай багато, а думай ще більше* [11, с.229] – комунікативна стратегія самозбереження; паремія репрезентує ієрархію комунікативних тактик, що спроможні забезпечити зазначену стратегію, де аналітична діяльність превалює над невербальною, а невербальна – над вербальною (отже, маємо своєрідний стратегічний план, що забезпечує комунікативну комфортність комуніканта). Людина може бути *пасивним об'єктом* дії інших людей або зовнішніх обставин, порівн.: *З панським свого язика не рівняй; бо як довший, то притнуть, а як короткий – витягнуть* [1, с.71] – комунікативна стратегія спілкування з тими, хто має більше прав: а) за соціальним становищем (багатий – бідний); б) за соціальним станом (керуючий – підлеглий); в) за віковим критерієм (старший – молодший); у сучасній комунікації приказка зорієнтована на дотримання правил субординації в спілкуванні, зокрема в діловій сфері. Отже, паремії-репрезентанти дії закону комунікативного самозбереження відображають ступінь активності комуніканта, й дають можливість виявити стратегічну позицію мовця у певному контексті спілкування.

Виокремлено також групу паремій, що є вербалізованими формулами поведінки (зокрема комунікативними стратегіями й тактиками), що вмотивовані дією закону комунікативного самозбереження, порівн.: *Не говори тишино, аби тобі на зле не вийшло* [5, с.61] – комунікативна стратегія, що регулює вербальну діяльність особи. Паремія є застереженням гордому та зарозумілому не вихвалитись наперед, щоб потім не зазнати гіркого розчарування, порівн.: *Хто мжно говорить, той пісно їсть* [6 (I), с.519], *Хто много говорить, мало віри знаходить* [6 (I), с.520] – зі збільшенням кількості та якості мовлення зростає й ступінь недовіри до нього (за народними уявленнями, стриманість у мовленні є ознакою розуму, поміркованості, серйозного ставлення до справи); паремія може бути корисна в процесі формування характеру та вербальної культури молодшої людини; *Не вір нікому, ніхто тебе не зрадить* [5, с.61] – комунікативна стратегія, вмотивована багатим життєвим досвідом людства, порівн.: *Не вір воді, не втотишся* [6 (I), с.366], *Не вір губі, бо вона часом бреше* [6 (I), с.336], *Не вір псові, бо тебе ж вкусить* [5, с.61], *Не вір жінці, як чужому собаці* [5, с.61] тощо. Додаткова аргументація, що її містять паремії, доводить правомірність життєвих спостережень; паремії можуть використовуватись як застереження у відповідних ситуаціях; *Говори, та не проговорюйся* [11, с.229], *Говори, та назад оглядайся* [11, с.229] – комунікативні стратегії самозбереження: контроль за власним мовленням у різних ситуаціях є показником комунікативної компетенції мовця; мовець завжди володіє інформацією, що її не бажано озвучувати у відповідній ситуації через різні причини (не виголосити чужо або свою таємницю, не образити партнера, зберегти дистанцію спілкування тощо), тому вербальний контроль є особливо важливою умовою не лише особистого, але й ділового та професійного спілкування.

Аналіз мовного матеріалу виявив репрезентацію в пареміях різних комунікативних стратегій, зокрема: стратегія мовчання (*Мовчи, менше лиха буде*

[6 (II), с.470]), стратегія недовіри партнеру (*Не всякому духу вір* [5, с.61]), стратегія уникнення обов'язковості (*Не зарікайся всього робити – тільки свого вуха не вкуси!* [5, с.61]), стратегія самовідсторонення (*Чорт! на групи, тільки мене не воруш!* [5, с.108]), стратегія сприйняття групових правил (*Понав у стайню, лай-не-лай, а хвостиком виляй* [1, с.185]) тощо. Стратегії поведінки у певних ситуаціях з огляду психології є особливими “поведінковими синдромами, що їм властива актуалізація адаптивних механізмів психічної саморегуляції” [2, с.61]. Вибір найбільш дієвих механізмів, їх гнучка видозміна в конкретній комунікативній ситуації, використання мовного коду як носія експліцитної та імпліцитної інформації, що фіксує й передає комунікативний досвід етносу, засвідчує високий рівень мовної та комунікативної компетенції особистості, що в сучасних умовах міжкультурної комунікації є надзвичайно важливим.

Висновки. Отже, *закон комунікативного самозбереження* регулює психічний стан людини в процесі її взаємодії з довкіллям; виступає гарантом внутрішньої емоційної рівноваги, впливає на вибір оптимальних стратегій і тактик поведінки мовця в межах контекстуальної ситуації; відображає своєрідність мовної свідомості українців – толерантність, стриманість, поміркованість, відчуття внутрішньої вагомості та інше, що сформувалась на ґрунті багатовікового комунікативного досвіду етносу й закріпилася в усному мовленні у вигляді мовних кодів, використання яких у мовленні сприятиме підвищенню мовної та комунікативної компетенції індивіда.

Перспективою дослідження є необхідність поглибленого вивчення особливостей комунікативного досвіду українців на матеріалі українських прислів'їв та приказок для кращого розуміння національної специфіки процесу спілкування й комунікативної взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Багмет А. Збірка українських приказок і прислів'їв: [2-ге вид., стереотип., з репринтного відтворення вид. 1929 р.] / А.Багмет, М.Дашенко, К.Андрущенко. – К.: Техніка, 2004. – 224 с. – (Народні джерела).
2. Бурлачук Л.Ф. Психология жизненных ситуаций / Л.Ф.Бурлачук, Е.Ю.Коржова. – М.: Российское педагогическое агентство, 1998. – 263 с. – С. 61–72.
3. Бачевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: [підручник] / Флорій Сергійович Бачевич. – К.: ВЦ “Академія” 2004. – 342 с.
4. Бачевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бачевич. – К.: Довіра, 2007. – 205 с. – (Словники України).
5. Галицькі приповідки і загадки. Зібрані Г.Ількевичем: [Репр. відтв. з вид. 1841 р.] / [ред. Н.Бічуя; авт. післямови Р. Кирчів]. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2003. – 144 с.
6. Галицько-руські народні приповідки: [у 3-х т.]. / [Зібрав, упорядкував і пояснив Др. Іван Франко: 2-е вид.] – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – Т.1. – 832 с. – Т.2. – 818 с. – Т.3 – 699 с.
7. Грозан Н.Ф. Фразеологічні засоби вираження агресивної поведінки людини / Ніна Федорівна Грозан // Филологические студии. – Симферополь – 2001. – № 3. – С. 42–48.
8. Космеда Т. Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри / Тетяна Анатоліївна Космеда. – Львів: Видавництво “ПАІС”, 2006. – 328 с.
9. М'ясоїд П.А. Загальна психологія: [навч. посіб.] / П.А. М'ясоїд. – К.: Вища школа, 1998. – С.66.

10. Стернин И.А. Речевое воздействие как интегральная наука / Стернин Иосиф Абрамович // Речевое воздействие. – Воронеж-Москва. – 2000. – С. 3– 6.
11. Українські прислів'я та приказки: [збірка] / [упоряд. С.Мишанич та М.Пазяк]. – К.: Дніпро, 1983. – 390 с.

УДК 811.161.1'42

РЕЧЕВЫЕ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА КАК ПРОДУКТИВНАЯ СРЕДА ДЛЯ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Ирина Пожидаева
(Киев, Украина)

У статті досліджуються когнітивно-прагматичні характеристики та лінгвістичні підходи до поняття мовленнєва Інтернет-спільнота, а також визначаються характеристики мовленнєвої Інтернет-спільноти, значущі для маніпулятивного впливу.

Ключові слова: мовленнєва Інтернет-спільнота, маніпулятивний вплив, мовленнєва особистість, мовленнєва поведінка, мовна свідомість.

В статье исследуются когнитивно-прагматические характеристики и лингвистические подходы к понятию речевое Интернет-сообщество, а также определяются характеристики речевого Интернет-сообщества, значимые для манипулятивного воздействия.

Ключевые слова: речевое Интернет-сообщество, манипулятивное воздействие, языковая личность, речевое поведение, языковое сознание.

This article investigates cognitive and pragmatic description and linguistic approach to the notion of speech Internet-community. It also determines features of the speech Internet-community valuable for manipulative influence.

Key words: speech Internet-community, manipulative influence, language personality, speech behavior, language consciousness

Постановка проблеми и актуальность исследования. В XXI веке общество в полной мере осознало необходимость полилога как средства собственного выживания и прогресса. Полилог рассматривается как форма жизнедеятельности человека, этноса, цивилизации. Диалог с чужим сознанием, стремление проникнуть в него “обогащают и углубляют наши знания о мире, избавляют человечество от разрушающего его эгоизма, придают человеку человеческое [17, с.7]”.

Общение происходит посредством языка, который в современной лингвистике трактуется не как система “в себе и для себя”, а как динамичный антропоцентрический феномен – “орудие мышления, средство и деятельность общения, инструмент получения знаний о человеке, культуре, обществе [6, с.3]”.

Развитие информационных технологий, появление и развитие Сети Интернет создали принципиально новую среду для коммуникации посредством