

## КОМУНІКАТИВНІ ДЕВІАЦІЇ, СПРИЧИНЕНІ АДРЕСАНТОМ

Прус Л.В.,

Київський університет імені Бориса Грінченка

*У статті проаналізоване поняття комунікативної девіації як мовленнєвої помилки. Досліджені основні причини виникнення девіацій під час спілкування. Здійснено комплексний аналіз комунікативних девіацій, спричинених адресантом.*

**Ключові слова:** комунікація, комунікативна девіація, адресант, адресат, комунікативна ситуація, комунікативний акт.

*В статье рассматривается понятие коммуникативной девиации как речевой ошибки. Исследуются основные причины возникновения девиаций в процессе коммуникации. Осуществляется комплексный анализ коммуникативных девиаций, вызванных адресантом.*

**Ключевые слова:** коммуникация, коммуникативная девиация, адресант, адресат, коммуникативная ситуация, коммуникативный акт.

*The article presents the notion of a communicative deviation as a speech error. It studies the main reasons of deviations occurring in communication. The article analyzes communicative deviations caused by the addresser.*

**Key words:** communication, communicative deviation, addresser, addressee, communicative situation, communicative act.

Комунікація — це двобічний процес, що включає породження мовлення і його сприйняття, фактор адресанта й адресата. Роль кожного учасника комунікативного акту є неповторною і вкрай важливою. У межах комунікації адресант продукує інформацію задля втілення власних інтенцій, а метою адресата є сприйняття інформації опонента. Перед початком спілкування комунікантам необхідно встановити контакт, від якого залежить не тільки успішність комунікативного акту, але і його можливість у цілому. Недотримання умов успішної комунікації призводить до виникнення мовленнєвих помилок у висловленнях — комунікативних девіацій. Отже, **актуальність** дослідження визначається необхідністю комплексного вивчення основних причин виникнення комунікативних девіацій.

У науковій літературі на позначення мовленнєвих помилок уживаються різні терміни: «перешкоди у спілкуванні» (М.Д. Феллер), «нульовий ступінь письма» (Р. Барт, В.Г. Гак), «мовленнєві аномалії» (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова), «перформативні невдачі» (О.О. Селіванова), «мовленнєві невдачі» (О.В. Кукушкіна), «комунікативні девіації» (Ф.С. Бацевич) тощо. На нашу думку, найбільш вдалим терміном на позначення різноманітних типів порушень власне комунікативних і мовних норм, мовленнєвих конвенцій, стратегій мовлення, комунікативної адекватності мовних висловлень, імплікацій та імплікатур політичного дискурсу в «нормальних» станах свідомості мовців є «комунікативна девіація».

Під час вербальної комунікації саме девіації є головною причиною виникнення комунікативних

збоїв, невдач та провалів як недосягнення перлокутивного ефекту, що призводить до неуспішності комунікативного акту, тому **метою нашого дослідження** є виявлення й аналіз причин виникнення комунікативних девіацій, адже досить часто саме вони стають індикаторами «прихованого» збою у спілкуванні та значною перешкодою для гармонійного спілкування.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

— розглянути класифікації комунікативних девіацій у сучасній лінгвістиці;

— виявити основні причини виникнення комунікативних девіацій;

— проаналізувати комунікативні девіації, спричинені адресантом висловлення.

У сучасній українській та зарубіжній лінгвістиці проблеми успішності та неуспішності спілкування досліджували такі мовознавці, як Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, Ф.С. Бацевич, Г.Д. Джунусалієва, Є.В. Ключев, Н.А. Ковальська, В.В. Красних, О.В. Падучева, Г.Г. Почепцов, О.Г. Руда, О.О. Селіванова, Н.І. Формановська, О.В. Яшенкова та ін. Проте досі немає єдиного підходу до потрактування досліджуваної категорії та загально визнаної класифікації комунікативних девіацій.

Ураховуючи основні ознаки і причини виникнення помилок у спілкуванні, Ф.С. Бацевич розробив комплексну типологію комунікативних девіацій, розподіливши їх на власне комунікативні девіації та комунікативні девіації, пов'язані з мовним кодом. До власне комунікативних девіацій науковець відносить: 1) комунікативні девіації,

спричинені адресантом; 2) комунікативні девіації, спричинені адресатом; 3) комунікативні девіації, спричинені процесом комунікації (контактом).

Комунікативні девіації є когнітивними за своєю природою і виявляються в порушеннях, передусім, комунікативної семантики, прагматичних елементів інтеракції, торкаються законів мовлення, зокрема імплікацій та імплікатури дискурсу, співвідношення асерції й пресупозиції повідомлення, логіки викладу тощо [1, с. 214]. Також успішність спілкування залежить від власне мовних чинників, від рівня володіння засобами мови, тому відхилення, які пов'язані із засобами мовного коду, певної ідіоетнічної мови, належать до лінгвальних девіацій. Вони є складовими комунікативних девіацій і стосуються мовної компетентності комуніканта.

Найважливішими компонентами комунікативної ситуації, яку ми, слідом за Н.І. Формановською [5, с. 42], розуміємо як складний комплекс зовнішніх умов спілкування та внутрішніх станів комунікантів, що позначається на мовленевому творі — висловлюванні, дискурсі, виступають адресант та адресат, які є носіями певних соціальних статусів та ролей.

На початковому етапі комунікативного акту адресант повинен репрезентувати соціальну платформу, на якій відбуватиметься взаємодія комунікантів, і безпосередньо почати висловлення привітанням, зверненням до адресата, адже це є основою встановлення контакту та демонстрацією соціальних відносин, у межах яких відбувається комунікація. Але на початку комунікативної взаємодії можуть виникнути комунікативні девіації через порушення підготовчих умов комунікації. Це відбувається в разі: небажання адресанта починати комунікативний акт; неготовності адресанта починати комунікативний акт; неврахування неготовності чи небажання адресата слухати адресанта; очікування від адресанта іншого комунікативного акту [1, с. 216]. Яскравим прикладом небажання починати комунікативний акт є його ігнорування. Так, наприклад, 28 березня 2015 р. у Дніпропетровську відбувся мітинг-концерт під гаслом «За єдину Україну!». Незважаючи на дощ і сильний вітер зібралося декілька тисяч людей. На початку мітингу ведучий оголосив, що у заході братимуть участь колишній губернатор області Ігор Коломойський і голова адміністрації області Валентин Резніченко. І. Коломойський не з'явився, на мітингу лише показали на великих екранах частину його спільної прес-конференції з президентом, де пан Коломойський сказав, що він і його команда «нікуди не йдуть, залишаються в Дніпропетровську і допомагатимуть зберігати спокій і мирне небо над головою». В. Резніченко також не з'явився на мітингу. Натомість на заході виступили народні депутати з команди І. Коломойського. Як наслідок — преса

рясніла статтями із заголовками: «Коломойський и Резниченко не приехали на митинг в Днепропетровске», «Коломойский не пришел на «Митинг единства» в Днепропетровске», «Игорь Коломойский не пришел на свой собственный митинг».

Виникне комунікативний акт чи ні — залежить від адресанта. Найчастіше саме від того, хто почав комунікативний акт, залежить його продовження і завершення [4, с. 21]. Проігнорувавши початок комунікації, адресант втрапить змогу встановити контакт із адресатом.

Також виникнення комунікативних девіацій може бути спричинене створенням адресантом недоречних комунікативних актів. Плануючи спілкування, адресант має продумати не лише тему комунікації, реалізацію комунікативної інтенції, визначити власну комунікативну тактику і стратегію (кооперативну чи конфронтивну), але й передбачити умови протікання спілкування. Адже основною причиною порушення вдалого протікання комунікації може стати неадекватність мовленевого акту та його нерелевантність. Досить часто комунікативний хід може бути недоречним, що негативно вплине на адресата й зумовить його конфронтивну налаштованість, яка дисбалансиє подальший хід комунікативної взаємодії та викличе її можливе припинення. Наприклад, під час конкурсу «Нова хвиля — 2014» у Юрмалі до відомої української співачки та актриси Віри Брежневої підійшла журналістка, яка попросила зірку прокоментувати її ставлення до політичної ситуації в її рідній країні. В. Брежнева відповіла: «*Это конкурс музыкальный. Этот вопрос неуместен, неуместен, неуместен*», — і швидко пішла в гримерку, не бажаючи продовжувати діалог. У цій ситуації комунікативна девіація виникла внаслідок недоречності висловлення адресанта — журналістка поставила запитання політичного характеру на музичному конкурсі. Оскільки Віра Брежнева однаково популярна і в Україні, і в Росії — вона вирішила уникнути провокативних запитань, тому завчасно завершила комунікацію. Отже, результатом цієї девіації став комунікативний провал.

Недоречність комунікативного акту виявляється в його невідповідності умовам спілкування. Такий комунікативний акт приречений на негативний ефект навіть за повторного використання комунікативних стратегій, зорієнтованих на зняття непорозуміння. Адресантові буде досить складно знайти важливі аргументи, щоб переконати адресата продовжити цю комунікацію. Якщо з'явилася така проблема, найкращим варіантом її розв'язання вважається вибачення та припинення спілкування взагалі. Початок недоречного комунікативного акту — одна з найбільших помилок, тому Є. Ключев справедливо називає її комунікативним самогубством, тобто грубою помилкою,

яка відразу робить спілкування явно неефективним.

Також комунікативні девіації виникають через створення адресантом незбалансованого комунікативного акту. Недоліком таких комунікативних актів є те, що вони неправильно розраховані на адресата. Перш ніж почати комунікативний акт мовець повинен для себе окреслити портрет адресата і підготувати повідомлення, орієнтуючись на сприймача інформації. Для позначення моделі потенційного отримувача інформації Г.Г. Кларк і Т.Б. Карлсон увели поняття ескіз аудиторії, яке характеризує важливий чинник конструювання висловлювання мовцем залежно від ролей, які він відводить різним слухачам [3, с. 320]. Те, що говориться, призначене перш за все для адресатів, стосовно яких у мовця при моделюванні висловлювання є найбільш прямі та очевидні цілі. О.Л. Каменська називає це поняття комунікативним портретом або квазіпортретом адресата [2, с. 152]. Успіх комунікації забезпечується максимальним наближенням моделі адресата, створеної адресантом, і комунікативних характеристик реальної аудиторії. Якщо ж ініціатор комунікативного акту не враховує цього чинника, то між комунікантами виникає непорозуміння. Власна мета адресанта не завжди є вагомим аргументом для адресата. Важливо, щоб адресант і адресат мали спільні фонові знання або адресант заздалегідь мав уявлення про інтереси адресата. У разі виникнення девіацій цього типу відбувається порушення комунікації, тоді недоречним є пошук спільної мови, краще взагалі припинити спілкування.

Комунікативні девіації цього типу спричинені: неправильною ідентифікацією адресата; нечіткістю виокремлення адресата або групи адресатів; розбіжністю світоглядних орієнтацій адресанта і адресата; неврахуванням фізичного стану адресата; неврахуванням менталітету адресата; неврахуванням рівня обізнаності адресата з конкретною ситуацією; неврахуванням ерудиції адресата, його «вертикального контексту»; неврахування мовцем когнітивних характеристик особи адресата [1, с. 217–219].

Такий тип девіацій простежуємо у промові президента США Барака Обами 25 березня 2015 р. на прес-конференції у Білому домі, де відбулася його зустріч з президентом Афганістану Ашрафом Гані Ахмадзаєм. Барак Обама декілька разів назвав Ашрафа Гані Ахмадзая іменем колишнього президента Афганістану — Карзаєм: *“President Karzai, — сказав він, показуючи на Ашрафа Гані Ахмадзая, який стояв поруч, — who has taken on the mantle of commander-in-chief as we’ve not seen in the past from an Afghan president, can do a serious review and assess here’s where our strengths are, here’s where our weaknesses are, and we can proceed with more effective joint planning going*

*forward”*. Ми вважаємо, що ця комунікативна девіація є наслідком погані підготовки до промови, адже до початку прес-конференції адресант повинен уважно продумати свій виступ: ідентифікувати адресата, звернути увагу на правильну вимову його імені, соціальний статус, проаналізувати наявні та майбутні стосунки з ним. Промова потребує попередньої підготовки, й чим ґрунтовніша вона, тим солідніше, вагомніше виглядатиме її виклад. Барак Обама проігнорував підготовчий етап до свого виступу, і тому спричинив виникнення комунікативних девіацій. Ашраф Гані Ахмадзай почував себе некомфортно у цій комунікативній ситуації, але тактовно промовчав і вдав, що не помічає помилки. Барак Обама як президент однієї з найрозвинутіших країн світу зазнав комунікативного провалу, запламував свій комунікативний імідж, оскільки досить велика кількість слухачів і глядачів звернули увагу на цю помилку, а Інтернет заряснів статтями та замітками на цю тему. Натомість комунікативна позиція Ашрафа Гані Ахмадзая, що полягала в умисному ігноруванні помилки співрозмовника, була абсолютно виправдана, оскільки метою відвідування ним США було налагодження політичної, економічної співпраці.

Останньою причиною виникнення комунікативних девіацій, створених адресантом, є дезорієнтованість комунікативного акту, що виникає внаслідок: побудови адресантом непослідовного, нелогічного комунікативного акту; невміння адресанта побудувати мовленнєвий жанр певного типу; побудови незрозумілого адресатові мовленнєвого жанру; невміння адресанта побудувати мовленнєвий акт необхідної ілюкції [1, с. 219–220].

Зрозуміло, що побудувати ідеальну модель комунікації майже неможливо, але адресант повинен враховувати те, що його повідомлення повинне бути зрозумілим, адекватним, логічно послідовним і відповідати комунікативним нормам. Слід добре подумати про вибір стратегій, тактик та окремих комунікативних ходів, ураховуючи різні фактори, які можуть сприяти або заважати успішному спілкуванню. В іншому разі простір комунікації мовця заповнюватиметься комунікативними девіаціями. Простежуємо такі комунікативні девіації у промові мера Києва Віталія Кличка в телепередачі «Шустер Live». Віталій Кличко: *«Если сегодня мы сделаем вид, что ничего не происходит, если мы проглотим так называемый Крым. И будем дальше гордо делать внимание, что ничего не происходит. Дальше могут быть дальнейшие действия и в отношении не только лишь Украины. Есть четкое понимание данного ситуации. И. У нас есть, что было, мы об этом говорили. Сегодняшняя ситуация. Которая есть. И нужно смотреть, какой мы можем... что*

делать? Какой выход из данной ситуации. Проговаривал с представителями международных организаций. Я уверен, что необходима международная. Уверен, что Крым мы можем... аааа... вернуть обратно через определенный промежуток времени, когда авторитаризм российский больше не будет действовать». Найперше в око впадає неправильне інтонування мовлення, яке створює ефект незавершеної думки, відсутності зв'язності та послідовності суджень: «...если мы проглотим так называемый Крым. И будем дальше гордо делать...»; «...данного ситуация. И. У нас есть...»; «Сегодняшняя ситуация. Которая есть. И нужно смотреть, какой мы можем... что делать?»

Часто трапляються лексико-семантичні та синтаксичні помилки, зумовлені низьким рівнем мовної компетентності: 1) неправильний вибір лексики для відповідного контексту: «И будем дальше гордо делать внимание, что ничего не происходит»; 2) невдала побудова синтаксичних конструкцій: «У нас есть, что было, мы об этом говорили»; 3) помилки у вживанні відмінкових форм: «...понимание данного ситуация»; 4) вилучення лексем із речень, що призводить до порушення логічності викладу і відсутності цілісності: «И нужно смотреть, какой мы можем...

что делать?»; «Я уверен, что необходима международная. Уверен, что Крым мы можем... аааа... вернуть обратно...».

Промова В. Кличка рясніє мовними та комунікативними помилками, що призвели до виникнення комунікативних збоїв у мовленні адресанта і стали бар'єром для розуміння його висловлення. Це негативно позначається на іміджі державного службовця.

Отже, комунікативні девіації можуть бути зумовлені впливом практично всіх складових комунікативного акту: психологічних, духовних, когнітивних та інших рис адресанта й адресата. Під час спілкування саме девіації є головною причиною виникнення комунікативних збоїв, невдач та провалів як недосягнення перлокутивного ефекту, що призводить до неуспішності комунікативного акту. На нашу думку, комунікативні девіації є малодослідженими в сучасній лінгвістиці, тому задля їхнього докладного аналізу необхідно з'ясувати всі «зони ризику», адже досить часто вони стають індикаторами «прихованого» збою у спілкуванні та значною перешкодою для гармонійного спілкування. А це може негативно позначатися і на іміджі публічних осіб, і на соціально-політичній ситуації в державі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики: учебник / Ф.С. Бацевич. — К. : Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с. — (Серія «Альма-матер»).
2. Каменская О.Л. Текст и коммуникация: Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. яз. / О.Л. Каменская. — М. : Высшая школа, 1990. — 152 с.
3. Кларк Г.Г. Слушающие и речевой акт / Г.Г. Кларк, Т.Б. Карлсон // Новое в зарубежной лингвистике. — Вып. XVII : Теория речевых актов. — М. : «Прогресс», 1986. — С. 270–321.
4. Ключев Е.В. Речевая коммуникация : Учебное пособие для университетов и институтов / Е.В. Ключев. — М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. — 320 с. (Психологический бестселлер).
5. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический поход / Н.И. Формановская. — М. : Рус. яз., 2002. — 216 с.