

Методом дефиниційного аналізу номінацій поняття *insurgent* і його производних встановлюються ціннісні домінуючі картини світу досліджуваної мовної особистості. Інсургент описується як тип особистості, для якого характерним є неприйняття існуючих норм і порядків, залежності і підпорядкування, соціального нерівності. Це породжує картину світу «разності», відмінною від нав'язуваної і нормованої діючим режимом, владою. Ключовими цінностями для такої особистості виступають поняття рівності, справедливості, непередубовженості, свободи, волі, незалежності, демократії, гармонії.

Ключевые слова: мовна особистість, інсургентність, британська лінгвокультура, бунтарь, система цінностей, ціннісні домінуючі, номінації поняття, словникові дефініції.

Mironchuk Tetiana, Odarchuk Natalia. Insurgent Language Personality in British Linguoculture. The article presents an attempt to outline the notion of insurgency in general and an insurgent language personality in particular. A brief analysis of the historical cultural heritage of Britain since ancient times till today is performed, and on its basis a typical British insurgent personality is portrayed. Value dominants of this personality's worldview are determined with the help of definition analysis method of the notion *insurgent* and its derivatives. Insurgent is described as the type of personality, which can be characterized by non-acceptance of existing norms and rules, dependence and subordination, as well as social inequality. This begets the worldview which differs from that imposed and standardized by the active regime or government. The key values for such personality are the notions of equality, justice, objectiveness, freedom, will, independence, democracy and harmony.

Key words: language personality, insurgency, British linguoculture, rebel, value system, value dominants, notion nominations, dictionary definitions.

Стаття надійшла до редколегії
30.03.2016 р.

УДК 801.561.3:811.111'23'367

Ирина Морозова

«Умение общаться с людьми – это товар, и я заплачу за такое умение больше, чем за что-либо другое на свете» (Дж. Рокфеллер).

Сказать так, чтобы Вас услышали: синтаксические принципы эффективности речевого общения

Исследование и подтвердивший его эксперимент продемонстрировали прямую связь между восприятием сообщения и результативностью беседы и указали, как уровень синтаксиса, иконически отражающий ментальную деятельность говорящего, может способствовать увеличению эффективности общения и позиционироваться как определенный вид гуманитарной техники оптимизации речевой коммуникации в целом.

Представленная статья продолжает серию исследований по выявлению вербальных средств эффективного общения в современном английском языке. Отдавая должное исследованиям в области английского диалогического общения, делается заключение о том, что скрытые механизмы, обеспечивающие положительный результат беседы, до сих пор не выявлены. Исходя из посылки о выборе соответствующих гуманитарных техник как залогом эффективности беседы, последние в работе выделяются на уровне синтаксиса.

Выводы делаются на основе анализа 500 тематических узлов, отобранных методом сплошной выборки из современного англоязычного художественного диалога с последующей верификацией полученных данных путем экспериментального опроса 100 информантов-британцев. Проведенное исследование и подтвердивший его эксперимент продемонстрировали прямую связь между восприятием сообщения и результативностью беседы и указали, как уровень синтаксиса, иконически отражающий ментальную деятельность говорящего, может способствовать увеличению эффективности общения и позиционироваться как определенный вид гуманитарной техники оптимизации речевой коммуникации в целом.

Ключевые слова: эффективность коммуникации, предложение, поверхностная структура, речевое воздействие, тематический узел.

Постановка научной проблемы и ее значение. Настоящее исследование продолжает серию работ по выявлению вербальных средств обеспечения эффективности англоязычной речевой коммуникации. Анализируя процесс речевого общения как определенный вид межличностной деятельности, необходимо признать, что мерилем качества осуществленной индивидами коммуникации выступает ее успешность, или эффективность. А поскольку в процессе речевой коммуникации ее участники преследуют собственные коммуникативные интенции, которые часто оказываются тесно переплетенными друг с другом, конечный результат беседы не всегда предсказуем. Логическим следствием этого явился обострившийся в последнее время интерес исследователей к проблеме выявления вербальных и невербальных оптимизаторов коммуникативного воздействия на аудиторию. Проблемы эффективности речевого общения в той или иной степени рассматриваются в работах О. С. Иссерс [2], Б. Макфарлана [14], П. Мищича [5], Л. Тамперса [21], И. Б. Морозовой [7], А. Пиза и А. Гарнера [8].

Актуальность настоящего исследования продиктована не только лингвогносеологическим интересом к проблеме организации речевой коммуникации в целом, но и вытекает из насущных задач прикладной лингвистики — обеспечить эффективное речевое общение. Решение данной проблемы имело бы весомый практический выход в плане проведения деловых бесед, бизнес-встреч, научных дискуссий [5]. Как справедливо указывает П. Мищич, «...успех организации деловой беседы зависит не только от личности коммуникантов, но и способа коммуникации, выбранного ими» [5, с. 40–41].

Объект нашего изучения — эффективность речевого общения в англоязычном диалоге. **Предмет** — вербальные средства обеспечения успешности коммуникативного воздействия.

Цель исследования — установить влияние поверхностной структуры предложения на эффективность речевого воздействия в тематическом узле. Соответственно, в *задачи* настоящей работы входили конкретизация понятия «эффективность» речевого воздействия, установление поверхностно-структурных типов реплик, обеспечивающих результативность коммуникативных ходов участников диалога, а также удельный вес синтаксически разных реплик в тематическом узле. Кроме того, проанализированы типы связей между иницирующими и реагирующими репликами в диалоге.

Изложение основного материала и обоснование полученных результатов исследования. Работа проводилась на основе анализа 500 единиц корпуса первого порядка — тематических узлов, отобранных методом сплошной выборки из современного англоязычного художественного диалога, — с последующей верификацией полученных данных путем экспериментального опроса 100 информантов-британцев.

С точки зрения передачи информации, коммуникация оказывается тем более эффективной, чем ближе по смыслу посланное и принятое сообщения.

Основываясь на постулатах вежливости П. Грайса [15] и психолингвистических техниках П. Мищича [5], Д. Льюис вводит понятие эффективности речевого общения [17]. Предложенный им термин Д. Льюис понимает в самом широком смысле, включая в данное понятие методы любого лингвистического воздействия на собеседника на уровне грамматики, лексики, фонетики, кинетики. Автор оценивает эффективность диалогического общения по конечному результату диалога.

Культурологический словарь определяет эффективность общения как последствия коммуникативного процесса с точки зрения его воздействия на аудиторию. «Непосредственные последствия определяются интересом к сообщению в первичных группах. Опосредствованные последствия определяются изменением социального поведения под влиянием сообщения» [23]. Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Катаева (2004) под эффективностью понимают «условия, способствующие эффективному обмену информацией и осуществлению коммуникативной цели [1]. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури эффективным считают такое речевое воздействие, результатом которого является вербальная или невербальная реакции, соответствующие ролевым ожиданиям партнеров по коммуникации [20].

В маркетинге под эффективной речевой коммуникацией понимается достижение адекватного смыслового восприятия и адекватной интерпретации передаваемого сообщения [11; 23]. Правильная интерпретация считается состоявшейся, если реципиент трактует основную идею сообщения в соответствии с замыслом коммуникатора.

При этом очевидно, что диалогическое общение не представляет собой единого монолита, а презентуется в виде определенных, легко вычленимых фаз, связанных с установлением контакта, его поддержанием и размыканием. «Главенствующим критерием в анализе диалога, — по словам Ф. Хундснуршира, — является цель действия: для чего люди разговаривают друг с другом» [12, с. 40]. Иными словами, обмен репликами в диалоге представляет собой средство достижения определенных коммуникативных целей.

А. Тсуи (1995) систему из двух коммуникативно связанных речевых актов называет «смежная пара» (*adjacency pair*), которая состоит из запроса / просьбы и ответа / исполнения (*request – compliance*) [22, с. 7].

В советском и постсоветском лингвистическом пространстве после опубликования работ Н. Ю. Шведовой (1975) утверждается понятие диалогического единства (ДЕ), которое представляет собой семантически и структурно связанные смежные реплики в диалоге [13].

Дж. Левис (2008) [17] и Дж. Мэсон (2012) [19] оперируют понятиями «речевого хода», расценивая вербальную коммуникацию в терминах «игры» (*game*) или «поединка» (*battle*), выделяя при этом победителя и проигравшего.

В свою очередь, мы предлагаем рассматривать информационную фазу диалога в аспекте представленных в ней «**тематических узлов**» (см. подробнее о тематическом узле [6; 7]). Так, каждый тематический узел обладает определенной смысловой завершенностью и синтаксически выражается в виде определенного набора диалогических единств.

Исходя из того, что по определению деятельность имеет «вполне самостоятельную, осознанную цель» [3, с. 72], успешная коммуникативная деятельность подразумевает арсенал коммуникативных средств, обеспечивающий результативность беседы. Очевидно, что восприятие сообщения реципиентом не всегда с точностью совпадает с коммуникативным намерением адресанта. Степень адекватности восприятия информации получателем может варьироваться от практически точного понимания сказанного ему до абсолютного непонимания, или понимания коммуникативного посыла «в обратном смысле». Например:

«Aren't you looking cute, dear Poodle?»

«I beg of you to stop teasing me all the time, Lou. I'm sick and tired of your constant comparing me with kittens, chickens, mice and whatnot!» (V. Windspear).

В приведенном фрагменте молодой человек пытается сделать кузине комплимент и пригласить ее на вечеринку. Но вместо того, чтобы почувствовать себя польщенной, девушка впадает в ярость от сравнения ее с красивым пуделем и воспринимает слова Лу как издевательство.

При передаче информации коммуникация оказывается тем более эффективной, чем ближе по смыслу посланное и принятое сообщения. Отметим, что исследователи различают так называемую «внешнюю» и «внутреннюю» вербальную коммуникацию [16, с. 92–93]. Особого внимания заслуживает тот факт, что если результативность внешней коммуникации (рекламной компании, выборов, переговоров, судебных дебатов и др.) можно оценить в объективных параметрах, то эффективность внутренней коммуникации (или межличностного общения) с трудом поддается такому оцениванию.

Психолингвист Б. Макфарлан определяет успешность коммуникативного воздействия с точки зрения *социально-прагматического* аспекта межличностного взаимодействия и в параметрах *прагматического* результата [14, с. 45]. С позиции социальной роли и психологического комфорта даже объективно неуспешная беседа (пациентка жалуется на бросившего ее мужа, который все равно не вернется), успех определяется внутренними ощущениями собеседников. Второй тип успешности связан с достижением поставленной коммуникативной цели (убедить собеседника поместить свои сбережения в конкретный банк, в целесообразность смены работы и т. д.).

Мы, в свою очередь, считаем наиболее логичным оценивать внутреннюю **эффективность коммуникации** не как категорию, синонимичную результату вербального общения в диалоге, а как оценку реализации коммуникативной интенции *в конкретном тематическом узле*. Такое поэтапное оценивание результативности речевого общения предоставляет достаточно объективные критерии для отнесения конкретной беседы в целом к успешным или неуспешным. Отметим, что в процессе работы не отмечено ни одного случая, где бы конечный, т. е. итоговый, результат вербального общения был успешным при превалировании в нем неуспешных тематических узлов.

В ходе анализа в каждом из тематических узлов были выделены реплики, которые ниже именуются **ключевыми**. Под последними в работе понимается пара реплик-предложений, в которых первая вводит основную коммуникативную интенцию говорящего (инициирующая), а вторая вербально демонстрирует результат интенционального воздействия на собеседника (реагирующая).

Выделенные таким образом ключевые реплики могут разделяться несколькими речевыми ходами (а) или представлять собой диалогическое единство (б).

Например:

a) *'Do you know Frank well?'*

'Frank?'

'You've got it right.'

'What do you mean by "well"?''

'I mean what it means.'

'I met him once or twice...' (R. Rendell).

b) *«Have you got them ready?» “Here you go.»* (J. Fletcher).

Выделенные реплики в приведенных примерах являются ключевыми. Вместе с тем, в первом диалогическом фрагменте ключевые реплики персонажей отделены друг от друга на четыре речевых хода, а во втором представляют собой смежную пару.

Как установлено в результате анализа, эффективность речевого общения в числе многих других факторов определяется также взаиморасположением ключевых иницирующей и реагирующей реплик. Так, в успешных диалогах они либо следуют непосредственно друг за другом, либо разделены не более, чем одним речевым ходом.

В процессе исследования успешность коммуникативного воздействия изучалась с позиций синергетического взаимодействия многих лингвистических и экстралингвистических факторов. В то же время заметим, что настоящая работа сфокусирована, главным образом, на *формально синтаксической* объективации речевой интенции инициатора беседы (коммуникативного лидера). Несмотря на то, что ключевые реплики в успешных и неуспешных тематических узлах могут быть репрезентированы всеми поверхностно-структурными типами предложений, установлена следующая закономерность.

В *эффективных диалогах* простые предложения в иницирующих репликах составляют 70,1 %, а в реагирующих – 86,7 % от всего корпуса представленных в диалоге синтаксических конструкций. Сложные предложения употребляются примерно в два раза реже и составляют всего 29,9 %, а в реагирующих – 13,3 % (см. рис. 1). При этом, эллиптические конструкции в ключевых иницирующих репликах эффективных диалогов насчитывают всего 27,4 %, а в ключевых реагирующих репликах – 27,2 %.

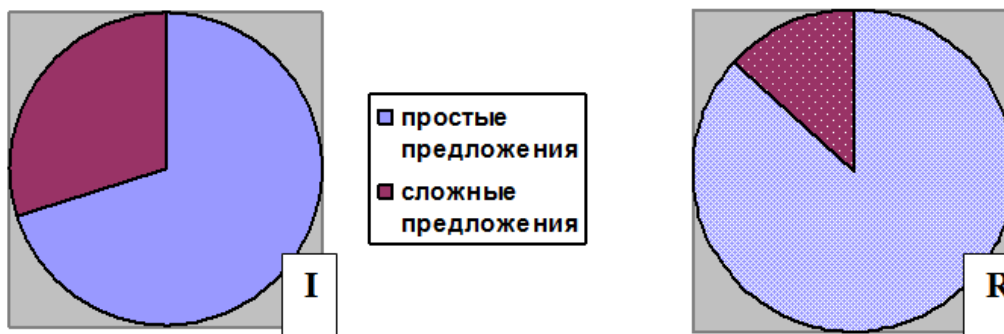


Рис. 1. Удельный вес структурно-синтаксических типов предложений в эффективных англоязычных диалогах, где: I – иницирующие реплики; R – реагирующие реплики.

При *неэффективном общении* в ключевых репликах преобладают сложные построения (75,1 и 59,2 % в иницирующих и в реагирующих репликах, соответственно). Удельный вес простых предложений составляет лишь 24,9 % в иницирующих репликах и 40,8 % – в реагирующих (см. рис. 2). Из них эллиптические предложения засвидетельствованы как в иницирующих (3,4 %), так и в реагирующих (26,4 %) репликах. Отметим, что *непредикатные* построения в неэффективных диалогах засвидетельствованы сравнительно редко (6,9 % конструкций в иницирующих и 13,1 % – в реагирующих репликах).

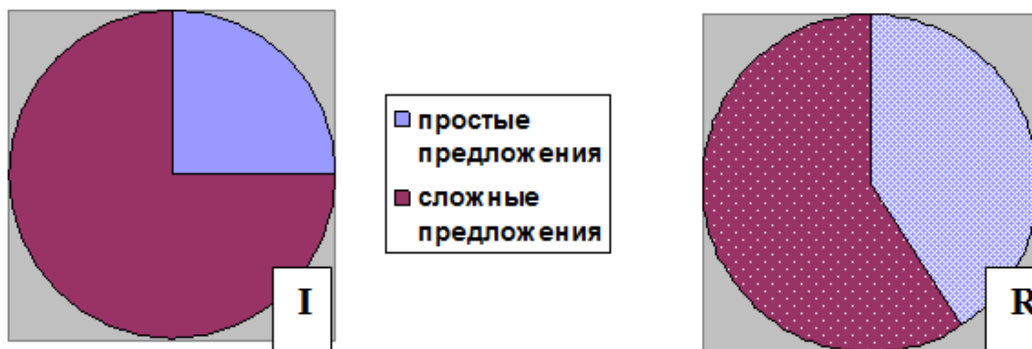


Рис. 2. Удельный вес структурно-синтаксических типов предложений в неэффективных англоязычных диалогах, где: I – иницирующие реплики; R – реагирующие реплики.

Из приведенных выше показателей частотности анализируемых единиц ясно следует, что удельный вес *простых* предложений в эффективных диалогах примерно в пять раз превышает этот тип синтаксических построений в неэффективных диалогах.

Сравним, к примеру, два сопоставимых в смысловом отношении тематических узла:

a) «*Could you, please, have the papers ready for me by noon, Mega?*» «*I'll do my best*» (L. Brett).

b) «*I wonder, if I may ask you for a favour, Jane – I... I know you are busy but perhaps you could have a look at my puter, darling?*» «*Eh, pardon, Dad? I've been reading for the tutorial. Well, not today*» (V. Tierry).

И в первом, и во втором случае речь идет об оказании услуги. Однако, если в первом (успешном, эффективном) диалоге секретарь профессора легко соглашается помочь, то во втором дочь не спешит оказать отцу услугу, ссылаясь на необходимость подготовки к занятиям.

Что касается непредикатных предложений в эффективных диалогах, то данный тип построений характерен для реагирующих реплик, где они составили 41,5 % от общего количества высказываний в лингвистической выборке.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, результаты исследования позволяют сделать *вывод* о том, что информация, закодированная в синтаксически простых конструкциях, легче декодируется и, следовательно, воспринимается собеседником, что, в свою очередь, способствует реализации коммуникативной интенции говорящего. Древнегреческий мыслитель Платон писал: «Главное достоинство речи – ее ясность» [9, с. 84]. Четкое формулирование целей в реакции по закону речевого отражения [4] предопределяет четкость вербальной реакции. Коммуникативная интенция собеседника, закодированная в синтаксически сложный конструкт, с одной стороны, сталкивается с проблемой сложности интеллектуального восприятия, а с другой – вызывает недоверие на уровне подсознания. Отметим, что «честность», «прямота» и «простота» сообщения в английском, немецком, украинском, русском и других языках стоят в одном синонимическом ряду [10].

Преобладание синтаксически сложных построений в реагирующих репликах при эффективном общении объясняем с позиции принципа вежливости – сознательным или бессознательным желанием говорящего «смягчить» свое неприятие позиции собеседника [5, с. 86].

Полученные данные прошли экспериментальную проверку в Брайтоне (Великобритания) на конференции IAFOR-ЕСАН, 2015. Десять преподавателей-британцев, носителей английского языка, выразивших согласие поучаствовать в лингвистическом эксперименте, попросили обратиться к десяти прохожим с вопросом о кратчайшей дороге к музею Павильон (*the Royal Pavilion*). При этом, по условиям эксперимента, вопрос должен был задаваться в двух формах: краткой (типа: *Could you tell me the way to the Pavilion, please?*) и развернутой (типа: *Excuse me... I'm a visitor, you know, but I wonder where that place of interest, I mean, the Pavilion is situated?*).

В целом, даже учитывая традиционную доброжелательность и готовность помочь местных жителей, отметим, что на кратко и просто сформулированный вопрос в 47 из 50 случаев (94 %) был получен четкий и ясный ответ. В одном случае респондент извинился и сказал, что спешит на автобус; в двух – посетовали, что не могут помочь, т. к. не являются местными жителями. Заметим, что из полученных ответов три были даны туристами с помощью карты и мобильного приложения в телефоне.

Касательно длинного и «размытого» вопроса четкий ответ получен только в 34 случаях (68 %) (случаи «неэффективной» коммуникации относительно равномерно распределились среди преподавателей-интервьюеров, что подтверждает достаточную независимость результатов от личности опрашиваемого). Шесть прохожих (12 %) несколько раз переспрашивали «приезжих» (задача которых была продолжать изъясняться сложными конструкциями). Трое прохожих сказали, что не знают, и извинились, не останавливаясь. Двое спешили на автобус и, недослушав, извинились, отправившись к остановке. Двое местных жителей, вместо конкретного ответа, стали рассказывать о том, какие еще есть достопримечательности в Брайтоне, и интересоваться, откуда и с какой целью приехали гости города. Один респондент, дослушав вопрос, согласился, что Павильон действительно здесь есть, но признал, что не знает, где именно, поскольку не является жителем города. Двое, извинившись, прямо сказали, что у них нет времени.

Проделанное исследование и подтвердивший его эксперимент продемонстрировали прямую связь между восприятием сообщения и результативностью беседы. Кроме того, установлено, что синтаксически сложно сформулированный стимул с определенностью отражается в конструктивно сложном для восприятия ответе или его отсутствии.

Таким образом, можно *заключить*, что уже поверхностно-структурные типы предложений, функционирующих как ключевые реплики в тематическом узле, позволяет прогнозировать успешность коммуникативного воздействия или наоборот – его неудачу.

Таким образом, уровень синтаксиса, иконически отражающий ментальную деятельность говорящего, может способствовать увеличению эффективности общения и рассматриваться как определенный вид гуманитарной техники оптимизации речевой коммуникации в целом.

Источники и литература

1. Введенская Л. А. Язык и культура речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Катаева. – [10-е изд.] – Ростов / Д. : «Феникс», 2004. – 544 с. – (Серия «Высшее образование».)
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [4-е изд.] – М. : УРСС, 2006. – 288 с.
3. Кравченко А. И. Психология и педагогика / А. И. Кравченко. – М. : МГУ им. М. Ломоносова, Проспект, 2014. – 314 с.
4. Литвак М. Е. Психологическое айкидо / М. Е. Литвак. – [7-е изд.] – Ростов / Д. : Феникс, 2007. – 192 с.
5. Милич П. Как проводить деловые беседы / П. Милич. – М. : Логос, 2003. – 214 с.
6. Морозова И. Б. Культурно-историческая обусловленность контекстуальной интерпретации предложения / И. Б. Морозова, Т. И. Рожко // Мова і культура. – К., 2004. – Вип. 7. – С. 5–9.
7. Морозова І. Б. Парадигматичний аналіз структури і семантики елементарних комунікативних одиниць у світлі ґештальт-теорії в сучасній англійській мові : монографія / І. Б. Морозова. – Одеса : Друкарський дім, 2009. – 384 с.
8. Пиз А. Язык разговора / А. Пиз, А. Гарнер. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – 224 с.
9. Платон. Законы. Собрание сочинений : в 4-х т. / Платон. – М. : Мысль, 1990. – Т. 2. – 450 с.
10. Пожарицька О. О. Авторський концепт позитивності у мовленнєвому портреті головного героя: комунікативно-парадигматичний аналіз (на матеріалі англійських романів жанру «вестерн») : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Олена Олександрівна Пожарицька. – Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2014. – 20 с.
11. Смирнова И. П. Коммуникативная компетентность телеведущего: критерии эффективности речевого поведения : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 «Журналистика» / И. П. Смирнова. – М., 2010. – 167 с.
12. Хундснуршир Ф. Основы развития и перспективы анализа диалога / Ф. Хундснуршир // Вопросы языкознания. – 1998. – № 2. – С. 38–50.
13. Шведова Н. Ю. Об основных синтаксических единицах и аспектах их изучения / Н. Ю. Шведова // Теоретические проблемы синтаксиса современных индоевропейских языков. – Л. : Наука, 1975. – С. 300–309.
14. McFarlan B. Drop the pink elephant: 15 Ways to Say What You Mean... and Mean What You Say / B. McFarlan. – Ldn : Capstone, 2004. – 198 p.
15. Grice H. P. Logic and conversation / H. P. Grice // Syntax and semantics / [ed. by P. Cole and J. L. Morgan]. – N.Y. : Academic Press, 1975. – V. 3. – P. 41–58.
16. Kidd A. Understanding elementary things in business / A. Kidd, H. Lloyd, N. Fatwell. – N. Y. : Bennet Books, 2014. – 216 p.
17. Levis J. Winning the game of words / J. Levis. – N. Y. : Fawcett Library, 2008. – 235 p.
18. Lewis D. How to Get Your Message Across / D. Lewis. – LDN : Blueberry, 1996. – 222 p.
19. Mason J. Understanding people through language / J. Mason. – Ldn, Delhi : J. Wiley & Sons, 2012. – 342 p.
20. Mescon M. H. Management / Michael H. Mescon, Michael Albert, Franklin Khedouri. – N. Y. : Harpercollins College Div., 1998. – 777 p.
21. Tampers L. The Strategy of Speech Communications. Psychological Study / L. Tampers. – N. Y. : Ithaca, 2006. – 205 p.
22. Tsui A. B. M. English Conversations / A. B. M. Tsui. – Oxford : OUP, 1995. – 295 p.
23. Человек и общество: Культурология: Словарь – справочник / под ред. О. М. Штомпеля. – Ростов / Д. : Феникс, 1996. – 544 с.

Морозова Ирина. Сказати так, щоб Вас почули: синтаксичні принципи ефективності мовленнєвого спілкування. У статті продовжено серію досліджень із виявлення вербальних засобів ефективного спілкування в сучасній англійській мові. Віддаючи належне роботі у сфері англійського діалогічного спілкування, простежено відсутність на цьому етапі чітко виявлених прихованих механізмів забезпечення позитивного результату бесіди. Виходячи з посилки про вибір відповідних гуманітарних технік як запоруки ефективності бесіди, останні в роботі виділяються на рівні синтаксису.

Висновки зроблено на основі аналізу 500 тематичних вузлів, відібраних методом суцільної вибірки із сучасного англійського художнього діалогу з подальшою верифікацією отриманих даних за допомогою експериментального опитування 100 інформантів-британців. Проведене дослідження й експеримент, що підтвердив його, продемонстрували прямий зв'язок між сприйняттям повідомлення та результативністю бесіди й указали, як рівень синтаксису, іконічно відбиваючи ментальну діяльність мовця, може сприяти збільшенню ефективності спілкування та позиціонуватися як певний вид гуманітарної техніки оптимізації мовленнєвої комунікації в цілому.

Ключові слова: ефективність комунікації, речення, поверхова структура, мовленнєвий вплив, тематичний вузол.

Morozova Iryna. To Speak and to Be Heard: Syntactic Principles of Speech Communication Efficiency. The given article continues a series of works dedicated to disclosing verbal means employed in the process of speech interaction for the purpose of making modern English communication efficient. Having paid tribute to the investigations of the English dialogue already made by the well-known linguists, the author assumes that up to the present, the hidden mechanisms of ensuring a positive result of the conversation have not been found yet. Since choosing proper humanitarian techniques is a decisive item for granting efficiency to a certain speech interaction, the present research focuses on establishing those on the level of syntax.

The material for analysis consisted of 500 thematic cycles, selected consecutively from modern English literary dialogue, which were studied from the point of view of their positive or negative communicative results. The obtained data were later on verified by an experimental inquiry of 100 native British informants. The author believes that different sentence surface structures used in the initial and reactionary remarks by the interlocutor in thematic cycles will in many a case prophesise the final result of the conversation. The carried-out investigation and the experiment, which proved its validity, have both elicited a direct connection between the listener's "taking" a message and general conversation results. In the paper, the author demonstrates possible ways of enhancing the efficiency of speech communication on the level of syntax. The latter reflects the speaker's mental processes and is regarded as having a good potential as a humanitarian technique of optimising speech communication on the whole.

Key words: communication efficiency, a sentence, surface structure, speech impact, thematic cycle.

Статья поступила в редколлегию
25.03.2016 г.

УДК 811.11'271:395.82

**Лариса Мудрик,
Тетяна Лісінська**

Поздоровлення в англомовному художньому діалозі крізь призму теорії лінгвістичної ввічливості

У статті розглянуто особливості поздоровних висловлень із позицій теорії лінгвістичної ввічливості. Висвітлено категорію ввічливості як низку стратегій або мовленнєвих моделей, які встановлюються комунікантами як соціально зумовлені поведінкові норми. Розкрито зміст таких понять у теорії ввічливості, як «обличчя», «позитивне» та «негативне обличчя», проаналізовано поздоровні висловлення в системі стратегій позитивної й негативної ввічливості. Доведено, що в мовленнєвій поведінці носіїв англійської мови поздоровлення використовується як стратегія позитивної та негативної ввічливості. Серед стратегій позитивної ввічливості найуживанішими в ситуації поздоровлення є такі стратегії: прояв уваги до слухача, його інтересів, бажань, потреб, перебільшення, комунікативні подарунки, комунікативний оптимізм, гармонізація та солідаризація. Звертається особлива увага на те, що перебільшення, яке проявляється в частому вживанні експресивних емотивно оцінних одиниць, є однією з характерних рис англійської комунікативної поведінки в ситуації поздоровлення. Установлено, що для поздоровної комунікативної ситуації значущими є такі стратегії негативної ввічливості, як зведення до мінімуму загрози негативному «обличчю» адресата та вияв поваги.

Ключові слова: поздоровне висловлення, категорія ввічливості, позитивне обличчя, негативне обличчя, стратегії позитивної та негативної ввічливості.

Постановка наукової проблеми та її значення. Лінгвістична наука кінця XX–початку XXI ст. характеризується підвищеним інтересом науковців до проблем комунікації. Усе частіше вчені зосереджують увагу на проблемах мовної комунікації, принципах моделювання комунікативного акту, функціонуванні мови в різноманітних сферах суспільної діяльності й, зокрема, на категоріях міждисциплінарного характеру, які є умовою успішного комунікативного акту. До таких категорій належить і категорія ввічливості.

Увічливість часто розглядають як особливу стратегію мовленнєвої поведінки, орієнтовану на досягнення позитивного комунікативного ефекту, адже саме їй належить важлива роль у забезпеченні й організації гармонійного спілкування.