

МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СИСТЕМА КООРДИНАТ У МІЖСОБИСТІСНІЙ І МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

ШУТОВА М. О.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

У статті розглянуто витoki поняття етикету в лексикографічних та інших наукових джерелах; визначено термінологічне поле мовленнєвого етикету. Виявлено характер відношень і зв'язків між формами мовленнєвого етикету. Мовленнєвий етикет представлено як систему координат у комунікативній ситуації. У висновках охарактеризовано фактори впливу на національну строкатість засобів вираження форм мовленнєвого етикету в різних етнокультурах.

Ключові слова: мовленнєвий етикет, комунікативна ситуація, система координат.

В статье рассматриваются истоки понятия этикета в лексикографических и других научных источниках; определено терминологическое поле речевого этикета. Исследуется характер отношений между формами речевого этикета. Речевой этикет представлен как система координат в коммуникативной ситуации. В выводах характеризуются факторы, влияющие на национальную специфику форм выражения речевого этикета в разных этнокультурах.

Ключевые слова: речевой этикет, коммуникативная ситуация, система координат.

The article deals with the origins of etiquette notion in different lexicographic and scientific sources; it defines terminological field of speech etiquette. It is discovered the nature of relations and connections among forms of speech etiquette. The speech etiquette is represented as coordinate system in a communicative situation. The results describe the factors influencing national diversity of expression the forms of speech etiquette.

Key words: speech etiquette, communicative situation, coordinate system.

Сьогодні лінгвістика, з одного боку, впевнено продовжує розширювати свої горизонти за рахунок залучення здобутків різних сфер наукового знання, а з іншого, – шукає нові аргументи для вичерпної відповіді на запитання щодо онтологічної організації мови як системи [18], поставлене ще структуралістами на початку ХХ століття, що, здавалося б, уже і не викликає наукової дискусії, проте пояснює її суто з іманентного погляду (як сукупність елементів, пов'язаних між собою певними зв'язками і відношеннями) (див. про це докладніше [25]).

З-поміж нових позицій щодо організації мови як системи варто назвати найголовнішу – антропоцентричну, суть якої вже неодноразово розкривалася у сучасних лінгвістичних дослідженнях [13; 14; 18; 27]. Основне питання, яке обговорюється, пов'язане з тим, яку роль виконує людина в цій системі як носій мови, як представник певної лінгвокультури; як взаємодіє людина з середовищем і як впливають результати цієї взаємодії на розвиток мовної системи? Слід визнати, що частково вчені вже дали відповіді на ці запитання в багатьох фундаментальних працях [18], натомість розуміння мови як системи залишається все ще традиційним у класичних працях із загального мовознавства (М. П. Кочерган, С. В. Семчинський).

На підтвердження актуальності порушеної проблеми, слідом за І. О. Голубовською [1, с. 22], наведемо цитату з праці А. Вежицької “Мова є інтегрованою системою, де все розраховано на вираження значення: слова, граматичні конструкції, різні “іллокутивні” засоби (включаючи інтонацію) [...]. У природних мовах значення виступають інтерпретаціями людиною навколишнього середовища. Значення є суб'єктивним, антропоцентричним, багато в чому культурно детермінованим і відбиває як культурно зумовлені типи соціальної взаємодії,

так і об'єктивні риси навколишнього світу" [40, р. 16–17]. При цьому варто зазначити, що культурно зумовлена соціальна взаємодія може бути успішною у разі дотримання комунікантами правил мовленнєвого етикету, встановлених у конкретній етнокультурі, які реалізуються за допомогою адекватних мовних засобів, якщо ширше розуміти, – то мовних значень.

Мета статті – проаналізувати мовленнєвий етикет як систему координат у міжособистісній і міжкультурній комунікації.

Завдання:

- з'ясувати витоки поняття етикету в лексикографічних та інших наукових джерелах;
- визначити термінологічне поле мовленнєвого етикету;
- виявити характер відношень і зв'язків між формами мовленнєвого етикету;
- представити мовленнєвий етикет як систему координат у комунікативній ситуації;
- охарактеризувати фактори впливу на національну строкатість засобів вираження форм мовленнєвого етикету.

XXI століття загалом уже назвали епохою Глобального або Всесвітнього спілкування. І для того, щоб таке спілкування було ефективним, необхідно подолання однієї перешкоди – мовного бар'єру. Очевидно тому настільки часто науковці звертаються до вивчення національних характерів, менталітетів та інших стереотипів поведінки носіїв різних мов тощо. Цитуючи І. Р. Корольова, який покликається на Й. А. Стерніна, відзначимо, що національний характер – це психологічні стереотипи поведінки народу, а національний менталітет – національний спосіб сприйняття й розуміння дійсності, зумовлений комплексом когнітивних стереотипів нації [28, с. 24–25]. Відтак, національний менталітет є національним способом осмислення буття на ґрунті сформованих у національній свідомості стереотипів – готових думок, схем пояснення явищ [...] [там само, с. 25].

Глибинні витоки цих питань сягають праць В. фон Гумбольдта, який стверджував, що мова “насичена” думками і переживаннями попередніх поколінь, зберігає їх живе дихання, її звуки та слова пов'язують предків та нащадків [...]. Мова залишається для поколінь наступних, які пізнають її глибину та через неї розуміють своїх попередників [8].

У своїх дослідженнях різних національних мов, їх законів В. фон Гумбольдт намагався вивести спільний закон творення та передачі думки, що мав би ґрунтуватися на загальнолюдському в кожній нації. Проте за всіх загальних умов у житті кожного народу є властиві лише йому реалії, зпоміж яких важливе місце посідають стійкі формули спілкування – *формули мовленнєвого етикету*, що “приписуються суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримки спілкування в обраній тональності згідно з соціальними ролями і рольовими позиціями, взаємними стосунками в офіційних і неофіційних ситуаціях” [15, с. 413].

Нові перспективи вивчення етикету відкрилися завдяки застосуванню осеміотичних процедур до аналізу комунікації та поведінки людини у суспільстві. Зростання інтересу до питань етикету українських (С. К. Богдан [3], Я. Радевича-Винницького [22], М. П. Фабіан [34]), російських (В. І. Бакштановського [2], Н. І. Формановської [35; 36], О. І. Титаренка [32], Т. В. Цив'ян [38]), американських (Р. П. Вольфа [5]) дослідників пояснюється і новим осмисленням самих феноменів комунікації (як акту спілкування) та поведінки.

При знайомстві з культурою та побутом чужого народу перше, що вражає, поряд із відмінностями в матеріальній культурі, – то це особливості поведінки у стандартних ситуаціях спілкування. І не випадково, що у працях етнографів, коли йдеться про відмінності одного народу від іншого, перш за все згадуються “дивні” обряди, звичаї і звички. Очевидно саме відмінності правил поведінки в подібних ситуаціях стимулювали той інтерес до побуту

різних народів, який став одним із основних об'єктів вивчення в етнографії. Перші етнографічні описи стосувалися правил спілкування, причому йшлося ще не про власне етикет, а про звичаї та обряди.

Для глибшого осмислення поняття етикету, спробуємо з'ясувати його значення в лексикографічних джерелах та у працях науковців, що вже робили спроби його витлумачити з різних позицій.

Так, французьке слово *étiquette* має два значення: 1) “ярлик”, “етикетка”, “напис” і 2) “церемоніал”, “етикет”, запозичене з голландського *sticke* (“кілочок”), яке спершу означало кілочок, до якого прив'язувався папірець з назвою товару, пізніше – і сам папірець із надписом. На основі значення “напис” розвинулося вужче значення “записка з позначенням послідовності перебігу церемоніальних дій” і далі – “церемоніал”.

Ще на початку ХХ ст. під етикетом у російській мові розуміли “ярлик, що наклеюється на пляшки й обгортки товарів із позначенням назви, торговця та виробника”, тобто основне значення, яке закріпилося за цим поняттям, пов'язувалося зі словом етикетка [15, с. 823].

Власне ж поняття “етикет” почали досліджувати у контексті проблем міжособистісної взаємодії представників однієї етнокультури [16; 21], а згодом – як координацію мовленнєвої поведінки в міжкультурній комунікації [10; 11]. Визначити його термінологічне поле і сьогодні не так просто, як це може здатися на перший погляд. Зазвичай, розглядають як “сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей (поведінку, форми звертань і вітань, поведінку у громадських місцях, манери одягу тощо)” [3, с. 220]. Проте це визначення не є оптимальним, адже не враховує відмінностей між побутовими, обрядовими, ритуальними, офіційними, діловими й іншими ситуаціями спілкування, адже “поведінка у громадських місцях” може мати як суто побутовий, утилітарний характер, так і ритуальний, зумовлений міфологічним сцеацієм.

Більш коректним можна вважати бачення етикету, розкриті у працях Т. В. Цив'ян, під яким вона розуміє такі ритуалізовані правила поведінки людини у суспільстві, які відображають суттєві для цього суспільства соціальні й біологічні критерії, потребуючи застосування спеціальних прийомів (бо в широкому сенсі будь-яка поведінка цивілізованої людини може бути визнана етикетною), що відображають певні відносини і зв'язки, наявні у колективі. Саме поведінка допомагає виявити структуру колективу. Основною етикетною комунікацією членів колективу буде визначення позиції і місця кожного його члена у суспільстві, що відображають ієрархію в людському колективі і задовольняють обидві сторони спілкування [38]. Натомість і у цій дефініції характеристики етикету не є вичерпними і самодостатніми, бо йдеться про спілкування загалом, а не про етикетні його форми. Поняття спілкування є набагато ширшим від етикету, який завжди реалізується у спілкуванні, утім, не всяке спілкування є етикетом.

На думку Н. І. Формановської, для реалізації формул етикету потрібна скоординована система дій комунікантів, тобто певні “координати” [35]. Перш за все, в основу цієї системи покладено комунікативну ситуацію, в якій етикет набуває мовленнєвого статусу, реалізується у ситуації безпосереднього спілкування комунікантів за допомогою так званих стійких формул спілкування (одиниць мовленнєвого етикету): *випрадання* (І. Корольов [12]), *побажання* ([17]), *каяття* (С. Дорда [10]) тощо, основна мета яких – вплинути на співрозмовника, продемонструвати своє ставлення до нього, а головне, – підтримати міжособистісне спілкування. З огляду на такі відношення і зв'язки комунікативної ситуації і мовленнєвого етикету, можемо, слідом за Н. І. Формановською, представити модель мовленнєвого етикету як систему координат міжособистісної комунікації [35].

Комунікативна ситуація відбувається за безпосередньої участі мовця – “я” і адресата-співрозмовника – “ти” (чи співрозмовників, їх може бути кілька: етикетна ситуація завжди діалогічна, бо передбачає спілкування, навіть, якщо її учасники (мовці) розділені часом

чи простором). За словами Т. В. Цив'ян, “виконання кожного правила завжди спрямоване на певного адресата й вимагає обов'язкової відповіді” [38, с. 8], бо дія здебільшого відбувається “тут” і “тепер” (якщо йдеться про усне спілкування) [35].

Комунікативні ролі учасників спілкування взаємозумовлені: з одного боку, вони визначаються їх статевими і соціальними ролями, а з іншого, – є функцією самого комунікативного акту, задаються ним. Початку спілкування передують стадії орієнтації, коли кожен партнер обирає свою тактику поведінки. Для того, щоб здійснити такий вибір, необхідно врахувати цілу низку параметрів комунікативної ситуації, і, в першу чергу, співвіднести свій статус зі статусом партнера. Такі ознаки, як стать, вік, суспільне становище, національна та конфесійна приналежність, родинні зв'язки або їх відсутність, ступінь знайомства та деякі інші диференціюють комунікативний статус. У кожному конкретному випадку одні ознаки актуалізуються, інші ж – нейтралізуються. Зрозуміло, що актуалізуються відмінності, а нейтралізуються збіги. Чим більше ознак, за якими учасники спілкування “не збігаються”, тим, зазвичай, вищий ступінь етикету та обов'язковість дотримання правил. Зрештою, всі актуальні для етикету протиставлення можуть бути представлені у вигляді опозицій *вищий/нижчий* або *вищий/молодший*, що розуміються у соціальному сенсі, бо для етикету є вкрай важливим сам факт нерівності. Етикет, насамперед, і ставить за мету забезпечити ефективне спілкування нерівних (за тими чи іншими параметрами) партнерів. З цього погляду він є своєрідним “механізмом балансування” спілкування. Тому етикет – це завжди компроміс, укладений на взаємоприйнятних умовах. Витоки цього психологічного фактора комунікації загалом та етикету зокрема вбачаємо у культурних традиціях етносу(ів), представниками якого є комуніканти. Цікавим у цьому аспекті є погляд Т. В. Цив'ян [38], яка наголошує, що рольова структура комунікативної ситуації у традиційній культурі має певну специфіку.

По-перше, людина завжди поводить себе з урахуванням того, що за нею спостерігають якісь вищі сили, причому і ритуал, і ситуація можуть бути організовані у такий спосіб, щоб забезпечити безпосередню участь цих сил. Як правило, один із партнерів виступає від імені Бога, померлих родичів, господарів іншого світу і т. ін. Відповідно, вербальні та поведінкові тексти, які ним породжуються, начебто виходять не від нього особисто, а від тих вищих сил, представником яких він є [38, с. 6].

По-друге, партнером у комунікативному акті може бути не лише людина, а й будь-який інший об'єкт, який набуває людських атрибутів у спілкуванні. Відбувається своєрідна “тотальна антропоморфізація” природи. А відтак, правила етикету мають діяти не тільки по відношенню до іншої людини, а й по відношенню до звіря, дерева, землі, а також духів предків, персонажів народної демонології і т. ін. Все це надає традиційному етикету надзвичайно своєрідного характеру. Відгомін цих явищ спостерігаємо в різноманітних формах (формулах, одиницях) мовленнєвого етикету. Наприклад, на думку І. І. Халєєвої, більшість стійких формул є ритуальними побажаннями (англ. *Bless you* [37, с. 10]). В українській мові до таких належать *Добрый день, Господь допомагай*. Існує й інший погляд щодо генези саме таких форм мовленнєвого етикету. Так, у СДЭС зазначається, що такі благопобажання перебувають на межі між формами мовленнєвого етикету й замовляльно-магічними текстами, регламентуючи відносини між людьми і контакти людини з надприродними силами для забезпечення добробуту [23, Т. 1, с. 188]. Наприклад, англ. *May your shadow never grow less*, укр. *Дай Боже хлібцеві урожаю, а вам здоров'я*.

Розглядаючи мовленнєвий етикет як засіб досягнення комунікативної мети: привернути увагу співрозмовника, продемонструвати йому свою повагу, співчуття, створити комфортні умови для спілкування, І. І. Халєєва розкриває витоки англійської форми звертання *Sir* та відповідних форм в інших мовах, що колись виникли як ознака соціального статусу адресата, а згодом стали елементом ввічливого спілкування [37]. В українській мові, наприклад, такою формою свого часу було звертання *Пане*.

При цьому варто погодитися з І. І. Халєєвою, яка зазначає, що в сучасних мовах уже існує чимало заборон на використання слів і конструкцій, які втратили свою етикетну функцію, набули інших конотацій і стали архаїчними заборонами – табу [37].

У мовленнєвому етикеті багатьох народів система координат міжособистісної комунікації організована однаково. Ідеться про те, що у всіх суспільствах наявні усталені форми вітання та прощання, форми поваги до старших тощо. Норми етикету мають єдиний (координувальний) характер, вони наче передбачають угоду про те, що вважати прийнятним (допустимим) у поведінці людей, а що – неприйнятним. А ось що стосується правил етикету і засобів їх вираження у різних народів, то тут спостерігається надзвичайна строкатість, зумовлена особливими умовами історичного розвитку, культурних традицій, віросповідань представників певних етноспільнот.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що систему мовленнєвого етикету нації складають відношення і зв'язки між усіма можливими етикетними формулами комунікації. Структуру ж його визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо, які вирізняються залежно від системи координат міжособистісної комунікації: при встановленні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання і засобів вираження у різних мовах.

Національна специфіка мовленнєвого етикету формувалася у кожній нації на її власній народній основі, проте під впливом трьох основних факторів, характерних для носіїв будь-якої мови: 1) психологічного, 2) соціально-політичного, 3) культурологічного.

1. Психологічний фактор пов'язаний загалом із комунікативною поведінкою людини, складовою якої є мовленнєвий етикет, бо без знання прийнятих у суспільстві форм етикету, без вербальних форм вираження кооперативних стосунків між людьми, індивід не може ефективно з користю для себе і свого оточення здійснювати процес спілкування [26].

Поняття кооперативних відносин, так званих постулатів мовленнєвого спілкування, було сформульоване свого часу Г. П. Грайсом у 1975 р. як “принципи кооперації”, що базуються на взаємодії у спілкуванні [7, с. 221]. Ці постулати базуються на таких принципах: якості (повідомлення не має бути хибним); кількості (повідомлення не повинно бути надто коротким чи надто довгим); відносин (повідомлення повинно мати відношення до адресата) і мовних засобів (має бути точним, чітким, не містити незрозумілих слів та висловлювань) [там само]. Порушення одного чи декількох постулатів тягне за собою комунікативну помилку, або невдачу, або що найгірше – конфлікт (міжособистісний, міжгруповий і навіть міжкультурний).

Інші важливі вимоги, як, наприклад, увічливість (будь-яке повідомлення має бути ввічливим і тактовним), Г. П. Грайс не вважає фундаментальними, оскільки метою спілкування є ефективна передача інформації. Проте, навіть за такої суто утилітарної функції, норм мовленнєвого етикету все ж таки варто дотримуватися. Етикетні вимоги є значущими для повідомлень, які мають за мету переконати адресата у правильності своєї думки. У такому разі постулати ввічливості неодмінно актуалізуються.

2. Мовленнєвий етикет соціальний за своєю природою, бо виявляє соціально-рольову сторону спілкування. Іншими словами, на вибір тієї чи іншої одиниці мовленнєвого етикету впливає соціальна роль індивіда – нормативно схвалений суспільством спосіб поведінки, який очікується від кожного, хто займає дану соціальну позицію.

Як соціолінгвістичне явище, мовленнєвий етикет становить функціональну систему мовних одиниць, які виконують спеціалізовані функції. Н. І. Формановська загалом виділяє шість функцій [36].

Перша функція – контактна (фатична) – передбачає встановлення, збереження чи закріплення підтримуваних зв'язків і стосунків, індивідуальних чи соціально-масових. Поняття “контактна функція” однаково стосується всіх тематичних груп одиниць мовленнєвого етикету, бо, навіть, прощаючись, ми встановлюємо можливість подальшого контакту. Функція *ввічливості* (конотативна) пов'язана з проявами ввічливої поведінки членів колективу. *Регуляторна* функція (регулятивна) теж стосується всіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми при встановленні контакту регулює характер стосунків адресанта й адресата. Функція *впливу* (імперативна, волюнтативна) пов'язана з різними реакціями співрозмовників – вербальними і невербальними: мімікою та жестами. Функція *апелятивна* перехрещується з імперативною, бо привернути увагу – означає вплинути на співрозмовника. *Емоційно-експресивна* (емотивна) функція є факультативною, оскільки вона властива не всім одиницям мовленнєвого етикету [там само, с. 5].

Усі функції мовленнєвого етикету актуалізуються на основі комунікативної функції мови. А тому їх прояв у мовленнєвому етикеті доводить, що останній не є якимось випадковим чи несуттєвим явищем, а, навпаки, становить своєрідний механізм, лише за допомогою якого може відбуватися ефективна комунікація.

При зміні рольової структури ситуації спілкування індивід переключається з одних стереотипів поведінки на інші, послуговується різними стилями мови, різними одиницями мовленнєвого етикету і т. ін., тобто, соціальні ролі мовної особистості є ключовими в розумінні сутності мовленнєвого етикету.

3. До мовленнєвого етикету включають, зокрема, прийняті в конкретній культурі висловлювання співчуття, горя, болю, різних негараздів та скарг тощо. До цього відносять певні положення мовленнєвого етикету, з-поміж яких і таке, що стосується предмета розмови, можливості/неможливості його обговорення в певній ситуації.

Як уже зазначалося на початку статті, вся система мови розвивається й видозмінюється з часом. Щось втрачається, а щось, навпаки, здобувається у процесі мовленнєвої еволюції. Від користувачів мови потрібне вміння орієнтуватися в багатстві мови, у її невлених, але так необхідних для точного вираження думках і почуттях, відтінках значень. Потрібне вміння орієнтуватися в нормативних варіантах висловлювань, які творяться мовою у процесі її багатотисячного розвитку. Носії мови легко виділяють одиниці мовленнєвого етикету й відчують необхідність їхнього вживання, бо соціально-визначені ситуації вимагають функціонально-визначених знаків. Тому мовленнєвий етикет варто розглядати ще і як систему мовних засобів, здатних забезпечити етикетні відносини. Елементи такої системи реалізуються на різних рівнях мови:

– на лексико-семантичному: а) спеціальні слова та сталі вирази, зокрема і фразеологізми (англ. *Thank you, Please, Excuse me, See you later*; укр. *Дякую, До побачення*); б) відмова від слів, що вказують на непристойні явища, використання замість них евфемізмів (англ. *To be in the family way* [9]; укр. *Бути при надії*);

– на граматичному рівні – використання множини для ввічливого звертання (англ.: займенники *You, Thee* (застаріле, поетичне); укр. *Ви*), питальних речень замість імперативних (англ. *Would you, please...?*; укр. *Чи не могли б Ви...?*);

– на фонетичному – за допомогою ввічливої інтонації;

– на текстовому – заборона переривати співрозмовника, втручатися в бесіду тощо [9].

Порушення норм і правил літературної мови розцінюється як порушення мовленнєвого етикету [там само].

Мовні відмінності, що зумовлені різноманітністю культур, найяскравіше простежуються у фразеології. В. М. Телія наголошує на тому, що фразеологічний склад мови віддзеркалює національну лінгвокультурну свідомість [29]. Своєрідність фразеологізмів полягає в тому, що вони містять у собі комплекс уявлень носіїв мови про той чи інший еталон або стереотип

національної культури, з-поміж яких стереотипні формули про життя народів: англ. *The Englishman's house is his castle, East or West home is best* [9]; укр. *Моя хата з краю* та етикетні форми: англ. *Time is money, Custom is the second nature* [9]; укр. *Бити чолом, Молоти язиком*.

Ці приклади свідчать про те, що мовленнєвий етикет є важливою складовою національних мов і культур. Неможливо говорити про рівень іншомовної компетенції, якщо не знати відмінностей національних мовленнєвих етикетів. Так, у кожній мові є власні мовні засоби вираження звертань, які формувалися багатьма поколіннями носіїв мов. Так, скажімо, англійське *Dear* використовується в офіційних зверненнях, тоді як відповідне українське *Дорогий, Дорога* – в неофіційних ситуаціях. У багатьох культурах Заходу на запитання “Як справи?” слід відповідати “Добре”. Відповідь “Погано” вважається неввічливою, бо не прийнято нав’язувати співрозмовнику свої проблеми. В Україні на це запитання, як правило, відповідають або позитивно, або нейтрально, або з негативним відтінком “Не дуже”.

Соціальна диференціація носіїв мови, їх постійний соціальний статус і змінні соціальні ролі диктують добір одиниць і, як наслідок, закріплення за групами носіїв мови відповідних формул мовленнєвого етикету тощо.

Нерозв’язаним і досі дискусійним, а відтак, і перспективним у цьому аспекті є питання щодо стилістичних характеристик мовленнєвого етикету, бо на сьогодні цей феномен є надстильовим, не прикріпленим до жодного стилю. Можна говорити лише про більший чи менший ступінь його вияву в різних стилях. Наприклад, найтиповішою формою вияву мовленнєвого етикету є усне контактне спонтанне діалогічне мовлення, і ці ознаки наближають мовленнєвий етикет до розмовного мовлення. Але мовленнєвий етикет не належить до розмовного мовлення, а тим більше до розмовного стилю (хоча найповніше мовленнєвий етикет виражається саме в усному розмовному мовленні).

Письмова чи усна форма мовлення накладає певні обмеження на використання форм мовленнєвого етикету. Наприклад, епістолярний жанр (як вид письмового мовлення) має специфічні для письма одиниці.

Все це свідчить про те, що мовленнєвий етикет, зберігаючи традиційну структуру етикетних форм у кожній мові і культурі, не є закритою системою, бо йому властива динаміка і гнучкість. Частина формул мовленнєвого етикету поступово архаїзується (наприклад, формули привітання укр. *Добридосвідок!, Бог на поміч!, З неділею будьте здорові!*). Можуть виникати нові, здебільшого оказіональні, утворення за типовими для кожної мови моделями. Деякі форми, втративши первісну семантику, вживаються в інших комунікативних ситуаціях. Наприклад, форма побажання рос. *Ни пуха, ни пера!*, що виникла у давнину серед мисливців як побажання удачі на полюванні, використовуються зараз набагато ширше і в різних комунікативних ситуаціях.

Підсумовуючи, зауважимо, що мовленнєвий етикет є однією із необхідних складових людського спілкування, – це сукупність стандартизованих мовних форм, що є стереотипами мовлення, готових формул з певною синтаксичною організацією і лексичним наповненням.

У мовленнєвому етикеті носіїв різних мов система координат міжособистісної комунікації організована однаково. Норми етикету мають єднальний (координувальний) характер, який розкриває строкатість правил етикету і засобів їх вираження у різних народів, зумовлених особливими умовами їхнього історичного розвитку, культурних традицій, віросповідань.

Систему мовленнєвого етикету нації складають відношення і зв’язки між усіма можливими етикетними формулами комунікації. Структуру ж його визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо, які вирізняються залежно від системи координат міжособистісної комунікації: при встановленні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики : [навчальний посібник] / І. О. Голубовська, І. Р. Корольов. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2011. – 242 с.
2. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Введение в прикладную этику / В. И. Бакштановский, Ю. В. Согомонов. – Тюмень : НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2006. – 392 с.
3. Богдан С. Мовний етикет українців : традиції і сучасність : [монографія] / Світлана Калениківна Богдан / [відп. ред. Пустовіт Л. О.]. – К. : Рідна мова, 1998. – 475 с.
4. Виссон Л. Русские проблемы в английской речи : Слова и фразы в контексте двух культур / Л. Виссон. – М. : Р. Валент, 2005. – 192 с.
5. Вольф Р. П. О философии : [учебник] / Роберт П. Вольф ; [под. ред. В. А. Лекторского, Т. А. Алексеевой ; пер. с англ.]. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 416 с.
6. Гольдин В. Е. Речь и этикет / Валентин Евсеевич Гольдин. – М. : Просвещение, 1983. – 109 с.
7. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М. : Прогресс, 1985. – С. 218–226.
8. Гумбольдт фон В. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества // Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Вильгельм фон Гумбольдт. – М. : Прогресс, 2000. – 400 с.
9. Демина Т. С. Фразеология английских пословиц и поговорок : [учебное пособие] / Татьяна Сергеевна Демина. – М. : ГИС, 2004. – 128 с.
10. Дорда С. В. Комунікативно-прагматичні особливості висловлювань, що передають каяття (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Дорда Світлана Володимирівна. – К., 1996. – 164 с.
11. Корольов І. Р. Відображення національно-ціннісних орієнтирів у комунікативній поведінці різномовних інтраквантів / І. Р. Корольов // *Studia Linguistica* : [зб. наук. пр.]. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2011. – Вип. 5. – Ч. 2. – С. 286–291.
12. Корольов І. Р. Комунікативна ситуація “виправдання”: прагматичний та лінгвокультурний виміри : [монографія] / Ігор Русланович Корольов. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2009. – 223 с.
13. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е. С. Кубрякова // *Язык и наука конца XX века*. – М. : ИЯ РАН, 1995. – С. 167–171.
14. Лингвистика на исходе XX века : итоги и перспективы : [тезисы междунар. конф.] / [под ред. И. М. Кобозевой]. – М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 1995. – Т. 1–2.
15. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 684 с.
16. Маслова В. А. Лингвокультурология / Валентина Авраамовна Маслова. – М. : Academia, 2001. – 204 с.
17. Мекеко Н. М. Сопоставительный анализ функционирования единиц речевого этикета тематической группы “пожелание” в английском и русском языках : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.20 / Мекеко Наталия Михайловна. – М., 2001. – 207 с.
18. Мовна система як результат відображення процесів концептуалізації і категоризації навколишнього світу : [монографія] / [за ред. А. В. Корольової]. – К. : Гілея, 2012. – 200 с.
19. Ощепкова В. В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии / Виктория Владимировна Ощепкова. – М. : Изд-во Глосса-Пресс ; СПб. : КАРО, 2006. – 336 с.
20. Програма з англійської мови для університетів / інститутів (п’ятирічний курс навчання) : проект / [С. Ю. Ніколаєва, М. І. Соловей, І. О. Іноземцева та ін.]. – Вінниця : Нова Книга, 2001. – 246 с.
21. Павловская А. В. Особенности национального характера итальянцев, англичан, немцев, норвежцев и финнов, американцев, исландцев / Анна Валентиновна Павловская. – М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 2007. – 172 с.

22. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Ярослав Радевич-Винницький. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
23. СДЭС – Славянские древности. Этнолингвистический словарь : в 5 т. / [отв. ред. Н. И. Толстой]. – М. : Международные отношения, 1995 – Т. 1 : А–Г. – 584 с. ; Т. 2 : Д–К (Крошки). – 697 с. ; Т. 3 : К (Круг) – П (Перепелка). – 699 с.
24. Словарь иностранных слов / [под ред. И. В. Лехина, проф. Ф. Н. Петрова]. – М. : Государственное изд-во иностранных и национальных словарей, 1954. – 855 с.
25. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики / Фердинан де Сосюр ; [пер. з фр. А. Корнійчук, К. Тищенко]. – К. : Основи, 1998. – 324 с.
26. Стельмахович М. Г. Теорія і практика українського національного виховання : [посібник для вчителів початкових класів та студентів педагогічних факультетів] / Мирослав Гнатович Стельмахович. – Івано-Франківськ : Лілея НВ, 1996. – 180 с.
27. Степанов Ю. С. Изменчивый “образ языка” в науке XX века / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца XX века. – М. : ИЯ РАН, 1995. – С. 7–34.
28. Стернин И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, Т. В. Ларина, М. А. Стернина. – Воронеж : Истоки, 2003. – 185 с.
29. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В. Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке : язык и картина мира / [отв. ред. Б. А. Серебrenников]. – М. : Наука, 1988. – С. 173–190.
30. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты / Вероника Николаевна Телия. – М. : Наука, 1996. – 288 с.
31. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
32. Титаренко А. И. Антиидеи. Опыт социально-этического анализа / Александр Иванович Титаренко. – М. : Политиздат, 1984. – 478 с.
33. Топорова В. Н. Об антропоцентризме древнегерманского космогонического мифа / В. Н. Топорова // Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке. – М. : Индрик, 1999. – С. 252–261.
34. Фабіан М. П. Етикетна лексика в українській, англійській та угорській мовах : [монографія] / Мирослава Петрівна Фабіан. – Ужгород : Інформаційно-видавниче агентство “ІВА”, 1998. – 256 с.
35. Формановская Н. И. Русский речевой этикет : лингвистический и методический аспекты / Наталья Ивановна Формановская. – М. : Русский язык, 1987. – 158 с.
36. Формановская Н. И. Речевой этикет : Русско-английские соответствия : [справочник] / Н. И. Формановская, С. В. Шевцова. – М. : Высшая школа, 1990. – 95 с.
37. Халеева И. И. Понимание иноязычного текста как аспекта межкультурной коммуникации / И. И. Халеева // Глядя в будущее. Первый советско-американский симпозиум по теоретическим проблемам преподавания и изучения иностранных языков. – М. : РЕМА, МГЛУ, 1992. – С. 120–127.
38. Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистические основы / Татьяна Владимировна Цивьян. – М. : Либроком, 2009. – 278 с.
39. Яковлева А. М., Афонська Т. М. Сучасний тлумачний словник української мови / А. М. Яковлева, Т. М. Афонська / [під ред. Ломакович С. В.]. – Харків : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2007. – 672 с.
40. Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics. The Semantics of Human Interaction / Anna Wierzbicka. – В. ; N. Y. : Mouton de Gruyter, 1991. – 502 p.

*Дата надходження до редакції
18.04.2013*