

Kolisnychenko T. V. Lexeme county: functional and semantic analysis.

The article deals with the analysis of the lexical nomination of the territorial unit 'county'. The analyzed lexeme is a component of the lexeme 'settlement' componential structure in English worldview. To analyze the functional semantics of the lexeme 'county' the methodical algorithm was defined that helped to define the functional and semantic characteristics of the lexeme 'county' in the Global English language and the structure of English discourse.

Keywords: semantic structure, corpus linguistics, etymological analysis, lexeme, nomination.

Корольов І. Р.
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

АНТРОПОМЕТРИЧНИЙ МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КООПЕРАТИВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

У статті розглянуто методологічні засади вивчення національної кооперативної комунікативної поведінки, охарактеризовано основні тенденції в методиці її дослідження. Окрему увагу приділено опису антропометричного методу як складника комплексної методики аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки.

Ключові слова: національна комунікативна поведінка, кооперативність, ввічливість, антропометричний метод.

В епоху глобалізації, інтенсифікації міжнаціональних контактів зростає інтерес суспільства до етнічних особливостей спілкування, до менталітету та національних характерів народів. На сьогодні існує безліч фактів прояву лінгвокультурної специфіки у спілкуванні того або іншого етносу, отож, актуальним є виявлення та аналіз як універсальних, так й ідіоетнічних рис, притаманних певній комунікативній культурі. При цьому національну комунікативну поведінку визначаємо як сукупність норм і традицій спілкування етносу [2; 3; 13; 14 та ін.].

Комунікативна поведінка є інтегральним компонентом національної, групової та особистісної культур. Саме тому дослідження національної, групової (окремих груп – соціальних, вікових, професійних, вікових тощо) та особистісної (відомих постатей, індивідуальної і т.ін.) комунікативної поведінки на сьогодні є одним із пріоритетних напрямів лінгвокомунікативістики [2; 3; 8; 10; 13 та ін.].

У кожній зі стандартних ситуацій спілкування, зокрема й кооперативних, зустрічається певний репертуар мовленнєвих стереотипів, зумовлений різними соціокультурними, психологічними та етнокультурними чинниками. Е. Хауген слушно зазначав, що “так само, як існують мовні акценти, бувають акценти й щодо культури, які є наслідком інтерференції тих моделей поведінки, які перетинаються, і від них здебільшого важко позбутися, як і від мовних акцентів. Окремі проблеми, що виникають при вивченні двомовності, майже цілком пов’язані не безпосередньо з мовою, а з ситуаціями спілкування між комунікантами, що належать до різних культур” [16, с. 72].

Опис національної комунікативної поведінки є частиною країнознавства, оскільки поєднує виявлення специфічних фактів етикету, національних традицій тощо. Національну комунікативну поведінку можна визначити як активне країнознавство [8]. Знання в цій галузі є необхідними для активної комунікації, на відміну від іншої, пасивної частини країнознавства – відомостей про культуру, географію, історію, які не відображаються в повсякденній міжкультурній комунікації, а потрібні лише при

виникненні відповідної проблеми в комунікативному акті. Тому при описі національної специфіки комунікативної поведінки слід оперувати поняттям “національної мовної особистості” [5; 8].

Така постановка проблеми є актуальною і пов'язана з необхідністю системного і комплексного опису національної кооперативної комунікативної поведінки з урахуванням нових аспектів її вивчення в сучасній лінгвістиці: лінгвокогнітивного, лінгвокультурного та дискурсивно-прагматичного.

Об'єктом дослідження є національна кооперативна комунікативна поведінка, а предметом – антропометричний метод у методиці її аналізу.

Метою статті є з'ясування основних методологічних принципів у вивченні національної кооперативної комунікативної поведінки та обґрунтування доцільності застосування антропометричного методу для об'єктивного її аналізу.

Завдання:

– розглянути методологічні засади вивчення національної кооперативної комунікативної поведінки;

– охарактеризувати основні тенденції в методиці її дослідження;

– представити етапи антропометричного методу як складника комплексної методики аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки.

Сучасна наука підійшла “креативно” до вивчення проблемних питань національної комунікативної поведінки. Вирішення поставлених завдань передбачає залучення результатів досліджень таких наук, як філософія, психологія, соціологія, історія, антропологія, фізіологія, що підтверджує та актуалізує базові принципи експансіонізму й експланаторності в новітній лінгвістиці. Особливості національної комунікативної поведінки розглядаються з різних позицій, вишукуються нові підходи та методи [див. докладніше: 1; 10; 12; 13]. Автори монографії “Етнопсихолінгвістика” [15] висувають ідею про лакунарний характер вербальної й невербальної поведінки певного етносу. У цьому випадку аналіз комунікативної поведінки зводиться до виявлення й опису лакун.

Проте, спираючись на праці Й. А. Стерніна, зауважимо, що значна кількість комунікативних ознак у різних культурах збігається, а ще більша – демонструє за певної подібності яскраву ідіоетнічну специфіку. Ці факти також мають бути описані за системним принципом із застосуванням комплексної методики дослідження, адже окремі виявлені риси повинні продемонструвати прояви національної комунікативної поведінки того або іншого етносу [13, с. 14].

Національна логіка мислення припускає, насамперед, звернення до колективної етнічної свідомості, вираженій за допомогою різномірних мовних структур як маніфестантів національної ментальності, що традиційно досліджували через лексичну систему мови [4]. Однак, вивчення тільки словникового складу не може створити цілісну картину, у зв'язку із чим виникає питання про ступінь участі різних рівнів мовної системи у вираженні мовними формами ментальності тієї або іншої національно-культурної спільноти.

Комунікативна поведінка особистості визначається її комунікативною свідомістю. За визначенням Й. А. Стерніна, комунікативна свідомість – це стійка сукупність процесів мислення, що забезпечують комунікативну поведінку (нації, групи, особистості) [13, с. 10]. Учений пропонує три моделі для аналізу комунікативної поведінки, що забезпечують комплексність і системність її опису, але мають різне призначення.

Ситуативна модель передбачає опис комунікативної поведінки народу в рамках комунікативних сфер і стандартних комунікативних ситуацій (привітання,

вибачення, подяка, виправдання, примирення, освідчення в коханні, спілкування в колективі, спілкування з дітьми, національна невербальна система тощо). Ситуативна модель будується безпосередньо на емпіричному матеріалі.

Набір комунікативних сфер, мовленнєвих жанрів, стандартних комунікативних ситуацій досить великий, але їхній вибір і кількість визначаються практичними завданнями дослідження. Ситуативна модель спирається на практику міжкультурних контактів, аналізуючи такі тематичні сфери й комунікативні ситуації, у яких при міжетнічному спілкуванні регулярно виявляються реальні розбіжності. Ця модель використовується також із прикладною метою – для науково-популярного опису комунікативної поведінки народу, зокрема й для дидактичних цілей. У ситуативній моделі окремо розглядається вербальна й невербальна мовленнєва поведінка, яка репрезентує різні типи як внутрішньомовні, так і зовнішньомовні комунікативні засоби.

Аспектна модель припускає опис комунікативної поведінки в межах апріорі виділених дослідником аспектів, основні з яких – вербальний і невербальний, а також продуктивний, рецептивний, нормативний і реактивний (див.: Й. А. Стернін “Моделі опису комунікативної поведінки” [12]).

Параметрична модель передбачає системний здебільшого формалізований опис комунікативної поведінки на основі певної, обраної дослідником, сукупності факторів, параметрів і ознак, за якими може бути проаналізована комунікативна поведінка будь-якого етносу. Саме в межах параметричної моделі виділяються комунікативні фактори, комунікативні параметри й комунікативні ознаки. Основою опису є комунікативні ознаки (дії, факти), виділені емпірично з фактичного порівняльного матеріалу. Ці ознаки мають бути систематизовані, узагальнені в параметри, а параметри – у фактори. Отже, дослідник має отримати узагальнену модель комунікативної поведінки етносу, побудовану ієрархічно.

Виявлення факторів і параметрів опису національної комунікативної поведінки – важливе й складне дослідницьке завдання, що вимагає дотримання чітких принципів комплексної методики аналізу.

Так, опис комунікативної поведінки етносу за параметричною моделлю передбачає, насамперед, цілісну характеристику релевантних рис комунікативної поведінки досліджуваної лінгвокультурної спільноти в зіставленні з іншою. Комунікативні ознаки (вербальні та невербальні) мають розглядатися неподільно в межах відповідних параметрів, оскільки їхні функції у рамках певних комунікативних параметрів збігаються (див. докладніше працю за редакцією Й. А. Стерніна “Американська комунікативна поведінка”, у якій застосовано параметричну модель для зіставлення російської і американської комунікативної поведінки [1]).

Погоджуємось із вченими [13, с. 22] в тому, що параметрична модель є теоретичною базою для опису національної комунікативної поведінки, а ситуативно-тематична та аспектна моделі надають емпіричний матеріал для узагальнення, який в свою чергу використовується при створенні параметричного опису. Отже, всі три моделі не виключають, а передбачають і доповнюють одна одну.

Основним у комплексній методиці аналізу кооперативної комунікативної поведінки українців, росіян і литовців у нашому дослідженні слугуватиме антропометричний метод, що передбачає отримання знань про мову і мовлення через звернення з різними питаннями та завданнями безпосередньо до носіїв конкретної комунікативної культури. Можна виділити два базові різновиди (форми) антропометричного методу – опитування (інші терміни – анкетування, лінгвістичне інтерв'ювання) і соціо-психолінгвістичний (вільний або спрямований) експерименти.

В обох випадках результати так чи інакше статистично обробляються, на підставі чого робляться висновки щодо домінуючих тенденцій, ядерних і периферійних ознак мовного/мовленнєвого явища.

Методика опису національної кооперативної комунікативної поведінки здійснюється в декілька послідовних етапів [див. докладніше: 7; 11; 12].

1. Попередній етап. Мета – складання вихідного списку національних, групових, особистісних рис, більш-менш характерних для представників певної лінгвокультури. Цей етап характеризується використанням таких методик, як пілотажне опитування; спостереження (зокрема й опосередкованого); ідеальної типізації; ранжування; аналізу рівня культури мовлення; виявлення диференційних комунікативних особливостей мовлення; з'ясування типових висловлювань для представників тієї або тієї лінгвокультури; аналізу художніх текстів тощо.

Так, методика пілотажного опитування полягає в тому, що процедура проводиться серед порівняно невеликої кількості респондентів (наприклад, 2 групи по 30 осіб), метою якої є отримання первинної інформації. Респондентам пропонується назвати певні національні, групові, особистісні риси, що характеризують комуніканта.

Дотичним до проблематики нашої розвідки є з'ясування конкретних лінгвокультурних особливостей кооперативної комунікативної поведінки українців, росіян і литовців. Перед безпосереднім виявленням комунікативних ознак, ми пропонуємо носіям зазначених комунікативних культур пілотажне опитування (див. анкету 1), де респонденти у вільній формі можуть відповісти на питання, пов'язані як загалом із розумінням кооперативності та ввічливості у практиці повсякденного спілкування, так і з конкретними пропозиціями визначити певні комунікативні характеристики за допомогою методики ранжування (наприклад, *Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку українців (росіян/литовців) в аспекті кооперативності та ввічливості?*).

Анкета 1

КООПЕРАТИВНІСТЬ І ВВІЧЛИВІСТЬ У НАЦІОНАЛЬНІЙ КОМУНІКАТИВНІЙ ПОВЕДІНЦІ

Заповніть, будь ласка, анкету та повідомте наступні дані:

Вік _ Місце народження _
Стать _ Освіта _
Національність _ Професія (спеціальність, фах) _
Рідна мова _

Чи маєте Ви досвід спілкування з іноземцями:

так/ні, де _ термін _

1. Напишіть, будь ласка, що означають для Вас слова *кооперативність* (у спілкуванні)¹ та *ввічливість*; яку людину Ви можете назвати *кооперативною* (у спілкуванні) та *ввічливою*.

Кооперативність – це _

Кооперативна (в спілкуванні) людина – це _

Ввічливість – це _

Ввічлива людина – це _

2. Наведіть, будь ласка, приклади різновидів (типів) кооперативної та ввічливої комунікативної поведінки (можна вказати одну або декілька кооперативних і ввічливих ситуацій спілкування):

кооперативна _

ввічлива _

¹ *Кооперативна комунікація* – ситуація спілкування, що базується на когнітивній структурі спільних намірів комунікантів із використанням ефективних мовних і мовленнєвих засобів, вибір яких зумовлений однаковими уявленнями про комунікативні цілі один одного, взаємним розподілом комунікативних ролей, насамперед партнерських [6, с. 370].

3. Наведіть, будь ласка, приклади різновидів (типів) кооперативної та ввічливої комунікативної поведінки (можна вказати одну або декілька кооперативних і ввічливих ситуацій спілкування):

некооперативна_

неввічлива _

4. Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку українців?

а) дуже ввічлива

а) дуже кооперативна

б) ввічлива

б) кооперативна

в) переважно ввічлива

в) переважно кооперативна

г) переважно неввічлива

в) переважно некооперативна

г) неввічлива

г) некооперативна

5. Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку росіян (якщо Ви не маєте досвіду спілкування або у Вас відсутня певна думка, можете не відповідати на це питання).

а) дуже ввічлива

а) дуже кооперативна

б) ввічлива

б) кооперативна

в) переважно ввічлива

в) переважно кооперативна

г) переважно неввічлива

в) переважно некооперативна

г) неввічлива

г) некооперативна

6. Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку литовців (якщо Ви не маєте досвіду спілкування або у Вас відсутня певна думка, можете не відповідати на це питання).

а) дуже ввічлива

а) дуже кооперативна

б) ввічлива

б) кооперативна

в) переважно ввічлива

в) переважно кооперативна

г) переважно неввічлива

в) переважно некооперативна

г) неввічлива

г) некооперативна

8. Які інші риси національного характеру Ви могли б виділити?

українці_

росіяни_

литовці_

9. Можете додати будь-які коментарі щодо тематики анкети.

II. Етап верифікації виявлених комунікативних рис. Список виділених наведеними вище методиками рис коригується і верифікується незалежними інформантами – носіями комунікативної культури. Інформантам пропонується завдання: підтвердити або заперечити ту чи іншу комунікативну рису із запропонованих (див. анкета 1 пп. 4, 5, 6, 7). До аналізу на цьому етапі можна залучати відомості про лінгвокультурологічні дослідження констант, концептів, ключових понять і цінностей української, російської та литовської комунікативних культур, які так чи інакше впливають на національну специфіку кооперативної комунікативної поведінки.

Анкета 2

КОМУНІКАТИВНА КООПЕРАТИВНА ПОВЕДІНКА В СИТУАЦІЇ ПРИВІТАННЯ

Заповніть, будь ласка, анкету та повідомте наступні дані:

Вік _

Місце народження _

Стать_

Освіта _

Національність _

Професія (спеціальність, фах)_

Рідна мова _

Прочитайте, будь ласка, діалоги та доповніть їх репліками, які на Вашу думку є найтипівішими для вжитку в представленій комунікативній ситуації.

1. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають викладач та студенти.

Викладач: _

Студенти: _

2. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають офіціант та відвідувачі ресторану (кафе).

Офіціант: _

Відвідувач: _

3. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають батьки та їхні діти.

Батько (мати):

Дитина (син або дочка):

4. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають керівники (управлінці тощо) та їхні підлеглі співробітники.

Керівник:

Підлеглий співробітник:

5. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають колеги або знайомі (необхідне підкресліть). Напишіть, будь ласка, специфічні привітання для певної професії чи роду занять (із зазначенням якого саме), якщо такі Вам відомі.

Колега 1 (знайомий 1):

Колега 2 (знайомий 2):

6. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають друзі.

Друг 1 (подруга 1):

Друг 2 (подруга 2):

7. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживає комунікант (наприклад, конференсьє концерту), що звертається до великої аудиторії (публіки) на офіційному (урочистому, святковому) заході.

Конференсьє:

III. Етап опису національної комунікативної поведінки представника певної лінгвокультури (моделювання). Узагальнюються всі одержані і верифіковані різними прийомами і методами характеристики національної комунікативної поведінки, що дозволяє створити узагальнений підсумковий комунікативний портрет комуніканта, приналежного до певної лінгвокультури.

Отже, ми розглянули методологічні засади вивчення національної кооперативної комунікативної поведінки; охарактеризували основні тенденції в методиці її дослідження, зокрема у використанні антропометричного методу як складника комплексної методики аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки. У перспективі подальших досліджень плануємо проведення соціо- та психолінгвістичного експериментів із застосуванням антропометричного методу для аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки.

Л і т е р а т у р а

1. Американское коммуникативное поведение / [под ред. И. А. Стернина, М. А. Стерниной]. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. – 167 с.
2. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : Вид. центр Львівськ. нац. ун-ту, 2003. – 247 с.
3. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : Вид. центр Львівськ. нац. ун-ту ім. Івана Франка; К. : Довіра, 2007. – 205 с.
4. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу / Ірина Олександрівна Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
6. Корольов І. Р. Когнітивно-комунікативна категорія кооперативності в міжособистісному спілкуванні / І. Р. Корольов // Studia Linguistica : [зб. наук. пр.]. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – Вип. 8. – С. 369–375.
7. Лазуренко Е. Ю. Методики описания профессионального коммуникативного поведения / Е. Ю. Лазуренко // Вестник Воронежского госуд. универ-та. Серия : Филология. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 100–106.
8. Павловская А. В. Особенности национального характера итальянцев, англичан, немцев, норвежцев и финнов, американцев, исландцев / Анна Валентиновна Павловская. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – 172 с.

9. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – [2-е изд.]. – Воронеж : Истоки, 2003. – 60 с.
10. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Юрий Евгеньевич Прохоров. – [4-е изд., стереотип.]. – М. : КомКнига, 2006. – 224 с.
11. Стернин И. А. О понятии коммуникативного поведения / И. А. Стернин // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*, Halle, 1989. – S. 279–282.
12. Стернин И. А. Модели описания коммуникативного поведения / И. А. Стернин. – Воронеж, 2000. – 27 с.
13. Стернин И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, Т. В. Ларина, М. А. Стернина. – Воронеж : Истоки, 2003. – 185 с.
14. Тер-Минасова С. Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – М. : АСТ : Астрель ; Хранитель, 2007. – 286 с.
15. Этнопсихолінгвістика / [Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина, А. Н. Крюков и др. ; отв. ред. Ю. А. Сорокин ; АН СССР, Ин-т языкознания]. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
16. Haugen E. I. *The Ecology of Language* / Einar Ingvald Haugen. – Stanford University Press, 1972. – 366 p.

Королёв И. Р. Антропометрический метод исследования национального кооперативного коммуникативного поведения.

В статье рассмотрены методологические основы изучения национального кооперативного коммуникативного поведения, в частности, охарактеризованы основные тенденции в методике его исследования. Особое внимание уделено описанию антропометрического метода как составляющей комплексной методики анализа национального кооперативного коммуникативного поведения.

Ключевые слова: национальное коммуникативное поведение, кооперативность, вежливость, антропометрический метод.

Korolyov I. R. Anthropometric Method for Studying the National Cooperative Communicative Behavior.

The article describes the methodological basis of the study of national cooperative communicative behavior, in particular the main trends in its research techniques. Special attention is paid to the anthropometric method's description as a component of complex research techniques of the national cooperative communicative behavior's analysis.

Keywords: national communicative behavior, category of cooperation, politeness, anthropometric method.

Корольова А. В.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

**ПОЛІДИСЦИПЛІНАРНИЙ НЕОФУНКЦІОНАЛІЗМ
СУЧАСНОЇ ЛІНГВІСТИКИ:
ВИТОКИ, ТРАДИЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

У статті аналізуються нові тенденції у розвитку функціональної лінгвістики, для якої характерним є не тільки співіснування різних шкіл і напрямів, а наявність полідисциплінарних наук, які становлять не суто механічне поєднання кількох дисциплін та їх методичних апаратів, а якісно нові ідеї зі своїми предметами дослідження та понятійно-термінологічним інструментарієм, з-поміж яких уже упевнено заявив про себе антропоцентричний неофункціоналізм.

Ключові слова: полідисциплінарність, антропоцентричний неофункціоналізм, функціональна лінгвістика.