

рукою рот (великий палець звичайно притиснутий до щоки, жест нерідко супроводжується удаваним покахикуванням), наймовірніше, говорить неправду. Аналогічним жестом у момент вашої мови співрозмовник виражає сумнів у вашій правдивості.

Про неправду можуть свідчити і легкі швидкі дотики до повік очей, носа чи ямочки під носом.

Потирання повік пов'язане також з бажанням уникнути погляду в очі співрозмовника, якому говорять неправду.

Про неправду чи, щонайменше, про прагнення щось приховати можуть свідчити потирання чола, скронь, підборіддя.

Почісування вуха може бути рівнозначне фразі: *Я не бажая цього чути*.

Мочку вуха смикають у стані хвилювання, розладу, а потягують її – якщо людині набридло слухати і вона хоче висловитися сама.

Якщо ваш співрозмовник на момент вашого висловлення збирає з костюма якісь непомітні ворсинки – він не схвалює ваші слова, хоча і не висловлює своєї незгоди вголос. Якщо протягом усієї бесіди він на словах погоджується з вами, але постійно збирає з одягу неіснуючі ворсинки – це ознака того, що насправді він не погоджується з вашою думкою [3].

У стані радісного настрою зіниці стають у чотири рази більші, ніж звичайно. І, навпаки, в пригнобленому стані, при виникненні невдоволення, ненависті зіниці помітно звужуються. Якщо співрозмовник знає значення прийомів невербального спілкування і вміло спрямовує свій погляд, то вже реакцію своїх зіниць він напевно не зможе контролювати. Варто довіряти мимовільним жестам більше, ніж словам; погляду – більше, ніж жестам; реакції зіниць – більше, ніж напрямку погляду [2].

Отже, знання мови жестів, міміки і рухів дає змогу не лише краще розуміти співрозмовника, а й (що найважливіше) передбачити, яке враження справило на нього почуте ще до того, як він висловиться з цього приводу. Інакше кажучи, така безслівна мова може попередити вас про те, чи варто змінити свою поведінку, чи зробити щось інше, щоб досягти потрібного результату.

Ділове спілкування стає тим ефективнішим, чим краще в ньому пов'язуються всі засоби (і вербальні, й невербальні) із дотриманням ділового етикету.

Список використаних джерел:

1. Курило О. Й., Ройзман І. І. Вербальні та невербальні аспекти культури спілкування. *Молодий вчений*. 2017. № 4.3. С. 114–117.
2. Мессинджер Ж. и К. Я вижу вас насквозь. Научитесь читать человека как книгу. Харьков. 2017. 512 с.
3. Пиз А. Язык телодвижений. С.-П.: Изд. дом Гутенберг. 2000. 186 с.
4. Степанов С. Язык внешности. М.: ЭКСМО. 2000. 416 с.



Чередник Л. А., канд. філол. наук, доцент
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка,
м. Полтава

ТЕКСТ ЯК ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасні дослідники суголосні у тому, що текст є багатоаспектним явищем мовної та екстралінгвістичної дійсності і виконує різноманітні функції, а саме: він є засобом комунікації та способом зберігання і передачі інформації; водночас, виступаючи віддзеркаленням психічного життя індивіда, продуктом певної історичної епохи; формою існування культури і відображенням певних соціокультурних традицій. Усе це й обумовлює розмаїття підходів,

множинність описів і призводить до полісемантизму. Зазначимо також, що феномен тексту є об'єктом дослідження різних наук: філології, семіотики, філософії, психології, лінгвістики, наратології, психолінгвістики, герменевтики, соціолінгвістики, культурології тощо, і кожна з цих наук має свої підходи до тексту, принципи і прийоми його вивчення.

До цього часу найбільш чітко визначилися структурно-семантичний і комунікативно-орієнтований підходи до вивчення тексту. Перший досліджує текст як ізольований одиничний мовний об'єкт, вивчаючи його формально-граматичні категорії, способи його виділення, з'єднання і функціонування на гіперсинтаксичному рівні [1, с. 12]. Згідно з цією думкою, лінгвіст О. Абаїмова визначає текст як просте кількісне розширення поняття пропозиції, як «послідовність щонайменше двох пропозицій, що володіють закономірностями внутрішньої структурної організації» [1, с. 12]. Тобто текст розуміється як «деяка упорядкована безліч пропозицій, об'єднаних різними типами лексичного, граматичного і логічного зв'язку, і здатних передавати певним чином організовану і спрямовану інформацію; як складне ціле, що функціонує як структурно-семантична єдність» [1, с. 13].

Інший підхід розглядає комунікативну орієнтацію тексту, його прагматичну спрямованість і тлумачить текст як продукт мовної діяльності, підлеглий реалізації комунікативної інтенції відправника, що виконує конкретні задачі спілкування [3, с. 121]. Відповідно до такого підходу щодо визначення тексту, будь-яке комунікативне утворення може виступати як засіб передачі та одержання інформації. Особливо варто згадати, що ці підходи зовсім не виключають один одного, а взаємно доповнюють.

Дослідники О. М. Шахнаровіч, І. А. Зімня, Ю. А. Сорокін, А. С. Штерн вважають, що згідно з теорією масової комунікації, текст «є ієрархією комунікативних програм і підпорядкований діяльності, в яку він включений» [3, с. 125].

Останнім часом у мовознавстві сформувався особливий напрям, який називається лінгвістикою тексту, що розглядає текст як «комунікативну одиницю найвищого рівня, порівняно стійку операційну одиницю мови, в якій забезпечується логічна, тематична, структурна і прагматична зв'язність» [2, с. 12]. Тобто текст треба розглядати «як цілісну єдність, що складається з елементів, які мають визначене значення тільки в складі тексту і які втрачають його в ізольованому виді» [2, с. 14].

Згідно з думкою мовознавця Н. Труханової, «текст ніколи не існує сам по собі, як деяка об'єктивна реальність. Він завжди в реальних процесах діяльності («думкомовнодіяльності») і є продуктом та інструментом комунікації» [4, с. 15].

На нашу думку, текст необхідно сприймати і як інформаційний простір, мовленнєвий твір, знакову послідовність тощо. Оскільки текст несе певний смисл, то він виступає як комунікативна одиниця, об'єднана за смислом послідовність знакових одиниць, основними властивостями якої, як відомо, є зв'язність і цілісність.

Треба зазначити, що текст «як продукт та інструмент комунікації складається з двох компонентів – семантичного і прагматичного» [4, с. 17].

Відповідно, семантичний компонент тексту розкладається на дві величини: «денотативний і сигніфікативний аспекти» [4, с. 17].

Денотативний аспект пов'язаний з логіко-семантичними відносинами, сигніфікативний – з комунікативно-змістовно-значеннєвими.

Як відомо, комунікація є засобом реалізації мисленнєвого змісту за допомогою мовних одиниць, тому текст відображає специфіку мислення комунікантів, їхні позиції, а також суб'єктивне використання мови.

Варто підкреслити, що будь-який текст є комунікативним. Він передається від комуніканта-відправника до комуніканта-отримувача. Останній мусить витягнути з повідомлення якусь інформацію, зрозуміти її. Сприймаючи інформацію, отримувач тим самим вступає в певні особистісні відносини до тексту. Ці відносини є прагматичними. Вони мають різноманітний і здебільшого інтелектуальний характер, коли текст слугує для нього лише джерелом повідомлень про якісь факти й події, які отримувача особисто не стосуються і не цікавлять. Але іноді інформація може здійснювати глибокий вплив на отримувача, торкатися

його почуттів, викликати емоційну реакцію, спонукати його до певних дій. Здатність тексту створювати такий комунікативний ефект, викликати в отримувача прагматичні відношення до повідомлення, тобто здійснювати прагматичний вплив на отримувача інформації, має назву прагматичний аспект або прагматичний потенціал (прагматика) тексту.

Крім того, у процесі комунікативної діяльності між комунікантами відбувається обмін знаннями, які втілені у свідомості особистості в моделях різноманітних типів.

Текст як основний засіб вербальної комунікації породжується відправником повідомлення та сприймається отримувачем, який будує відповідну модель на основі концептуальної системи, якою керується на момент сприйняття тексту. Існування протиріччя між складною багатовимірною структурою вербалізованої моделі та лінійним характером мовлення (тексту) призводить до неможливості одномоментної передачі тексту: виникає необхідність формування нової моделі, внаслідок вербалізації якої і відбувається народження тексту. Сукупність знань у тексті репрезентується сукупністю моделей і складає відповідну семантичну інформацію, яка, своєю чергою, відображає уяву автора про немовленнєві умови акту комунікації.

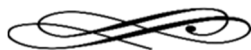
Отже, феномен тексту полягає у його багатоаспектності та полісемантизмі. Різні науки для вивчення тексту застосовують різноманітні прийоми і методи дослідження.

З погляду комунікації текст можна розглядати її основною одиницею.

У процесі комунікації відбуваються обмін інформацією, моделі якої обираються самими комунікантами.

Список використаних джерел:

1. Абаїмова О. В. Семантико-синтаксичні та інтонаційні особливості монологу в діалогічній мові англійської художньої прози: автореф. дис канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса: ОГУ, 1998. 19 с.
2. Кравченко Н. О. Семантико-синтаксична і просодична організація лекторської мови (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.02. Одеса, 1993. 19 с.
3. Колшанський Г. В. Контекстна семантика. М.: Наука, 1980. 164 с.
4. Труханова Н. Л. Експресивні просодичні засоби в реалізації прагматичного аспекту текст: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.02. Одеса: ОГУ, 1990. 18 с.



Лукаш Г. П., д-р філол. наук, професор
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця

ЧОМУ УЧАСТЬ БЕРУТЬ, А НЕ ПРИЙМАЮТЬ?

На сайті «Російсько-українського словника сталих виразів» (словник видано у 1959 році) поданий такий переклад: «Принимать, принять участие в чём – турбуватися, потурбуватися за кого, про кого, ким. Принимать, принять участие в чём – брати, узяти участь у чому» [5]. Подібний переклад містить будь-який і сучасний словник або довідник з української мови, доводячи, що вислів *прийняти участь* є ненормативним.

Занурюючись в історію виникнення цього словосполучення, з'ясовуємо, що українська мова запозичила його з російської, де вживання «чиновницького» *принимать участие* досить укорінене, тяжіє до засвоєного російською мовою старослов'янїзма *участие*. У лексичному значенні цього старослов'янїзма обігрується і 'часть' ('участок' – «ділянка»), і 'співчуття', і 'доля'. Російський вираз *принимать участие* міцно закріпився ще й тому, що був цілком природною і вдалою калькою з французького *prendre part à*. Пригадаймо: у Москві й