

О. В. Антонов
м. Житомир

ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО СТИЛЯ В ЛІНГВІСТИЦІ

Наше дослідження є актуальним, оскільки незмінним залишається інтерес до проблем комунікації, крім того, важливим є аналіз особливостей реалізації комунікативного стилю у межах як індивідуальної мовної особистості, так і малих та великих соціальних груп. Невід'ємною особливістю комунікативного стилю виступає його лінгвокультурна маркованість, що дає можливість вивчати його у контексті міжкультурної та міжнаціональної комунікації.

Комунікативний стиль визначається як сукупність засобів та способів передачі певної інформації, унікальних, особистісно-орієнтованих засобів психолінгвістичного впливу на цільову аудиторію з метою донесення думок, переконань чи іншої комунікативної інформації до комунікативного партнера(ів) [2: 294]. Однак, на даному етапі неможливо дати єдине (універсальне) визначення комунікативного стилю. Дана тенденція є наслідком дослідження комунікативного стилю у різних аспектах його функціонування, що у свою чергу, викликає труднощі у сприйнятті його як єдиної багатоаспектної структури, яка включає систему лінгвальних та екстралінгвальних засобів, що напряду залежать від питомих характеристик комуніканта та реконфігуруються залежно від потреб комунікації.

Різноманітні підходи до проблеми комунікативного стилю призводять до певних відмінностей у його розумінні різними дослідниками. Так, Л.В. Кулікова визначає комунікативний стиль як уподобання, які реалізують комуніканти під час вибору вербальних, невербальних та паравербальних засобів в інтракультурному та міжкультурному спілкуванні [2: 193]. Отже, термін комунікативний стиль вперше з'являється саме для аналізу міжкультурної комунікації. У свою чергу Т.В. Ларіна вказує на наявність комунікативного етностилу, хоча у більш ранніх роботах, дослідниця говорить про національний стиль комунікації. Беручи до уваги той факт, що у процесі комунікації реалізується як мовна, так і поведінкова складова, дослідниця виділяє комунікативний етностиль, під яким розуміє історично сформовану, визначену культурою та закріплену традицією типову комунікативну поведінку народу, що виявляється у виборі вмотивованих та найбільш доречних стратегій та засобів комунікації, як вербальних, так і невербальних, що використовуються у процесі міжособистісної взаємодії [5: 196]. До вербальної складової, що є

структурним компонентом комунікативного етностилю, дослідниці відносить особливості використання мови, що обумовлені комунікативними стратегіями, які є характерними для носіїв даної культури. З іншого боку, невербальна складова включає особливості використання проксемічних, кінетичних, лексичних та інших засобів невербальної комунікації, що обумовлені комунікативними стратегіями, характерними для носіїв конкретної культури [5: 197].

У сучасній комунікативістиці існує й інша очка зору на поняття комунікативного стилю, під яким розуміють особливу грань ідіостилю мовної особистості, відносно стійкі особливості комунікативної поведінки особистості у різноманітних ситуаціях спілкування, включаючи типові комунікативні ролі та стратегії, вибір регламентованих засобів та структур, що проявляються у дискурсі цієї мовної особистості [1: 179-180]. Такий підхід дозволяє залучати поняття *комунікативний стиль* до аналізу поведінки мовця не лише в аспекті міжкультурної комунікації. При цьому, комунікативний стиль включає характерні для мовної особистості лексичні, граматичні, інтонаційні, вимовні особливості, хоча і не вичерпується ними. До вербальної складової додаються характерні для людини жести, міміка, постава, разом із загальною тональністю мовлення, що варіюється від спокійної до нервової, від дружелюбної до відверто ворожої. Крім того, у комунікативному стилі відображуються ментально-психологічні характеристики комуніканта.

У сучасних лінгвістичних дослідженнях комунікативний стиль визначається й як індивідуальна стабільна форма комунікативної поведінки людини, що проявляється за будь яких умов взаємодії [4: 255]. При цьому, стилі спілкування є культурно маркованими, розрізняються за параметрами ввічливості, доречності. Певну роль відіграє інтенсивність використання невербальних засобів та тональність і емоційність. У цьому сенсі, комунікативний стиль розглядається як стиль спілкування.

У той же час, важливу роль у визначенні комунікативного стилю відіграє культурна складова. Під комунікативним стилем розуміють стійку сукупність комунікативних уявлень, правил і норм, що опосередковані культурою як макроконтекстом, комунікації та виявленого у відборі мовних засобів, організації змісту та національно маркованій комунікативній поведінці носіїв мови.

Концепція комунікативного стилю робить актуальним аналіз як самого висловлювання, так і мотивування відбору певних мовних та мовленнєвих засобів, конфігурація яких і виступає комунікативним

стилем. Відповідно, існує можливість побудови типології комунікативних стилів.

Останнього часу з'явилась ціла низка розвідок, автори яких оперують поняттям комунікативний стиль [1; 2; 4, 5]. Так, дослідники зосереджують свою увагу на особливостях реалізації комунікативного стилю в міжкультурній комунікації [2] у процесі міжособистісної вза'ємодії представників різних соціумів [3: 330], що мають свої, історично детерміновані особливості комунікації, способи та засоби міжособистісного впливу, аналізуються та розглядаються способи та канали передачі інформації та думок. Крім того, увага приділяється особливостям використання комунікативного стилю у літературі, засобам донесення думки автора до цільової аудиторії, впливу, переконання та маніпуляції увагою читача. Поняття комунікативного стилю також активно розробляється зарубіжними та вітчизняними вченими у психолінгвістичних дослідженнях, які допомагають виявити специфічні особистісні характеристики, що впливають на формування комунікативного стилю та його подальший розвиток.

У той же час, підкреслюється двуплановість комунікативного стилю, яка, включає у себе уявлення про особистість, що слідує певному життєвому стилю, який, у свою чергу, накладає відбиток на стиль мовлення, а саме, об'єднує соціально-поведінковий аспект з мовленнєвим. характеризує комунікативний стиль як вид мовлення, що застосовується людьми у певній суспільній ситуації. При цьому, індивід керується двома основними методами підбору мовних засобів: по-перше, використовує загальнонаціональні норми, а по-друге, керується нормами та правилами, що лежать поза мовою [2, 5].

Отже, у широкому розумінні, комунікативний стиль можна охарактеризувати як системну конфігурацію мовних, мовленнєвих та екстралінгвістичних засобів, вибір та застосування яких, наявних у імпліфікованому арсеналі, мотивується індивідом, як носієм мови та як членом певної лінгвокультури, що спричинює етнокультурну маркованість, згідно просторово-часового та змістового контексту ситуації. Комунікант, водночас, є носієм інтенцій, які реалізуються за допомогою ремодуляції комунікативного стилю відповідно до набору тактик та стратегій, що реалізуються у процесі досягнення поставленої комунікативної мети. Вузьке значення комунікативного стилю полягає у наявності девіаційних відхилень у системі використання лінгвістичних та екстралінгвістичних засобів, відповідно до статусно-рольових характеристик комуніканта, як на рівні індивіда, так і на рівні малих та великих соціальних структур.

Отже, комунікативний стиль є важливим елементом як індивідуальної, так і колективної мовної особистості. Лінгвістичний та екстралінгвістичний арсенали, компоненти ідеостилю, культурна та національна маркованість дає змогу використовувати комунікативний стиль у процесі дослідження та аналізу певної лінгвокультурної спільноти, у даному випадку американської, оскільки відбиває основні мовні та мовленнєві особливості, специфічні риси процесу комунікації та інтеракції її членів. Подальша перспектива розвідки полягає у більш детальному дослідженні американської лінгвокультури через призму комунікативного стилю її носіїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Болотнов А.В. Коммуникативный стиль языковой личности (на материале публичного дискурса ведущего радиостанции «Эхо Москвы») / Болотнов А.В. - Вестник Томского государственного педагогического университета № 3 (131) / 2013. – С. 179-181.
2. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме: монографія / Куликова Л.В. — Красноярск, 2006. – 392 с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса / Карасик В.И. – М.: Институт языкознания РАН, 1992. – 330 с.
4. Ларина Т.В. Английский стиль фатической коммуникации // Жанры речи: Сб. научн. ст. / Под ред. В.В. Дементьева.– Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2005. – Вып. 4. Жанр и концепт. – С. 253-263.
5. Ларина Т.В. Коммуникативный этностиль как способ систематизации этнокультурных особенностей поведения / Ларина Т.В. // Cuadernos de Rusistica Espanola №9 / 2013. – С. 193-204.

І. Л. Білюк
м. Житомир

ВЕБ-САЙТ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ МІСТ

Веб-сайт є ефективним способом просування товарів, послуг, компаній, міст, країн у мережі, оскільки можливість донесення рекламної інформації не обмежується рамками локалізації чи тиражу. Ефективність пояснюється можливістю використання на веб-сторінках високоякісної графіки, анімації, аудіофайлів у поєднанні з текстовим наповненням, що максимально спрощує процес сприйняття і запам'ятовування інформації. Основною відмінністю веб-сайту від