

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ
Факультет іноземних мов
Кафедра теорії та практики іноземних мов**

Скала Тамара Анатоліївна

**СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНСЬКОЇ
ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ (ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ)**

Спеціальність 035.041 Філологія. Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська

РЕФЕРАТ

на
випускню кваліфікаційну роботу
за освітньою програмою
«Філологія. Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»

Умань – 2023

Магістерською роботою є рукопис.

Роботу виконано в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК: д-р пед. наук, професор Білецька І. О.

РЕЦЕНЗЕНТ: канд. філол. наук, доцент Сушкевич О. В.

Захист відбудеться 30.05.2023 р. о 9.00 на засіданні ЕК факультету іноземних мов.

З роботою можна ознайомитись на кафедрі теорії та практики іноземних мов, за адресою: 20308, м. Умань вул. Садова, 28, ауд. № 405.

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ЛЮДИНИ.....	10
1.1. Спілкування: загальний огляд питання та поняття ділового спілкування.....	10
1.2. Ввічлива і неввічлива поведінка людини в ракурсі лінгвістики та семіотики.....	21
1.3. Комунікативна поведінка людини в ракурсі теорії невербальної комунікації.....	27
1.4. Комунікативна поведінка людини в гендерному аспекті....	32
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНА СПЕЦИФІКА ВВІЧЛИВОЇ І НЕВВІЧЛИВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНСЬКОЇ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ.....	43
2.1. Лексико-граматичні особливості ввічливої комунікативної поведінки американської ділової людини.....	43
2.2. Лексико-граматичні особливості неввічливої комунікативної поведінки американської ділової людини.....	73
2.3. Порівняльний аналіз комунікативної поведінки чоловіків та жінок у американському діловому середовищі.....	91
2.4. Складні комунікативні конструкції у ситуаціях ввічливого і неввічливого ділового спілкування.....	94
ВИСНОВКИ.....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	106
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	115
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	116
ДОДАТКИ.....	117

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Спілкування з погляду лінгвістики – це комунікація, що здійснюється за певними правилами. Ділове спілкування є особливою формою взаємодії людей у процесі певного виду трудової діяльності, яка сприяє встановленню відносин партнерства між керівниками та підлеглими, між колегами, створює умови для продуктивної співпраці задля досягнення значних цілей, забезпечуючи успіх спільної справи. Питання ділового спілкування, якими займаються багато дослідників є необхідною частиною людського життя, важливим видом взаємодії з іншими людьми (І. Браїм, О. Гудіна, Ж. Данкел, Є. Малюга, А. Панфілов, П. Пост, О. Потапова, Є. Скавінська, Л. Столяренко, М. Чеховських та ін). Вміння успішно вести ділові переговори, грамотно та правильно складати ділову документацію сьогодні стало важливими складовими професійної культури людини від підлеглого до керівника. Для досягнення високих результатів практично у будь-якому виді професійної діяльності необхідно володіти певним набором відомостей, знань, уявлень про правила та принципи ділового спілкування. Людина – учасник ділового спілкування – у цьому дослідженні буде позначена робочим терміном «ділова людина». Під цим терміном ми розуміємо особистість, якій характерна спрямованість на відповідальне виконання взятих зобов'язань, здатність чітко та ясно формулювати свою точку зору в умовах ділової комунікації, виявляючи при цьому інтерес до співрозмовника та його думки.

Об'єктом наукового дослідження цілого ряду гуманітарних наук, таких як лінгвістика, психологія, соціологія, теорія культури стала ввічливість як одна з найважливіших характеристик комунікативної поведінки людини. У лінгвістиці існують різні теорії ввічливості (П. Браун, Є. Гофман, С. Левінсон, Дж. Ліч, Р. Ратмайр та ін.). Сучасні вчені продовжують розробляти метамову опису концепту ввічливості та різних засобів її вираження. В наш час дано опис типових вербальних та невербальних знакових проявів ввічливості, визначено норми та принципи ввічливого діалогічного спілкування. Основні поняття теорії мовної

комунікації, зокрема, принципове положення про тісну взаємодію мовної комунікації та етикету змінили уявлення про ввічливість та її основні складові (Г. Крейдлін, Є. Морозова, Н. Форманівська та ін.).

Поняття неввічливості освячено у лінгвістичній літературі набагато менше, ніж поняття ввічливості. Нечемність проявляється у тих ситуаціях комунікативної поведінки, коли адресату відводять роль нижче тієї, що належить йому за статусом. Отже, порушення норм етикету нерідко обертається неввічливістю, неповагою до партнера [87]. Різні аспекти неввічливої поведінки та неввічливості в цілому були розглянуті лише на противагу ввічливості (В. Жельвіс, В. Карасік, Т. Ларіна, Є. Морозова, Т. Третьякова, Н. Формановська, Л. Хесед та ін.). Це дозволяє нам стверджувати, що категорію неввічливості вивчено недостатньо. Також є важливим показати, що категорії ввічливості і неввічливості мають в англійській мові низку особливостей.

Дослідження специфіки комунікативної поведінки ділової людини передбачає звернення до низки проблем. У цій роботі зроблено спробу виявити особливості маскулінної та фемінної поведінки в умовах ділового спілкування через аналіз вербальних та невербальних компонентів комунікації. Вивчення проблеми спільного функціонування вербальної та невербальної поведінки в межах комунікативного акту проливає світло на низку маловивчених аспектів процесу спілкування (І. Баженова, Є. Вансяцька, К. Вриганова, Ф. Карташкова, Г. Колшанський, Г. Крейдлін, В. Лабунська та ін.).

Встановлення гендерної специфіки вербальної та невербальної комунікативної поведінки людини цікаве щодо різноманітних дискурсивних практик. Ряд учених розуміє дискурс як мовленнєву практику, що включає інтерактивну діяльність учасників спілкування, встановлення та підтримання контакту, обмін емоціями та інформацією, впливаючи один на одного. При цьому в процесі спілкування комунікативні стратегії та їх вербальні та невербальні втілення моментально змінюються (Z. Harris, Н. Арутюнова,

Т. ван Дейк, В. Карасик, В. Кашкін, А. Кібрик, О. Русакова та ін). Останні десятиліття термін «дискурс» став дуже затребуваним у таких наукових дисциплінах, як лінгвістика, психолінгвістика, когнітивна психологія, соціологія, соціолінгвістика, літературознавство та інші (М. Макаров, А. Романов та ін.).

У цій роботі буде розглянуто такий вид дискурсу, як діловий дискурс. Для виявлення особливостей комунікативної поведінки ділової людини нами було проведено аналіз відеозаписів розмов між учасниками ділового дискурсу на матеріалі американських фільмів. Ділове спілкування аналізується нами в рамках кінодискурсу, під яким у нашому дослідженні розуміється текст, який є вербальним компонентом фільму у сукупності з невербальними компонентами, які включають аудіовізуальний ряд та екстралінгвістичні фактори, що мають властивості цілісності, зв'язності, інформативності, комунікативно-прагматичної спрямованості, медійності. Важливість вивчення кінодискурсу пов'язана з популярністю англomовного (насамперед американського) кінематографу (С. Зайченко, О. Зарецької, Є. Кільмухаметова, Є. Кудінова, І. Лавриненко, Н. Сухова та ін.).

Актуальність дослідження комунікативної поведінки учасників ділового спілкування визначається низкою чинників. Насамперед це зростання інтересу дослідників до вивчення категорії ввічливості та невічливості (П. Браун, Є. Гофман, Г. Крейдлін, Т. Ларіна, С. Левінсон, Р. Ратмайр, І. Стернін, Т. Третьякова, Л. Хесед та ін.), які у діловому дискурсі в лінгвістичному аспекті практично не вивчені. У зв'язку з цим актуальним є також вивчення особливостей передачі прагматичних установок типових для англomовного ділового соціуму. Особливо важливим є дослідження потенціалу невербальних засобів ділової комунікації з позиції інтеракціоністського підходу. Не менш значущим є вивчення національно-культурної специфіки передачі інформації у діловому спілкуванні за допомогою вербальних і невербальних засобів. Також важливим є висвітлення цього питання у гендерному аспекті, оскільки маскулінна та

фемінна поведінки в ситуації інтеракції відрізняються (Р. Кантер, Г. Крейдлін, І. Стернін та ін.).

Мета дослідження полягає в тому, щоб виявити гендерну специфіку ввічливої та неввічливої комунікативної поведінки американських ділових людей.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких конкретних **завдань**:

1. Здійснити загальний огляд понять «спілкування», «ділове спілкування», «комунікативна поведінка» з погляду лінгвістики та теорії мовної комунікації.

2. Проаналізувати специфіку комунікативної поведінки людини у гендерному аспекті.

3. Дослідити лексико-граматичні особливості ввічливої та неввічливої комунікативної поведінки американської ділової людини.

4. Здійснити порівняльний аналіз комунікативної поведінки чоловіків та жінок у американському діловому середовищі.

5. Описати складні комунікативні конструкції у ситуаціях ввічливого і неввічливого ділового спілкування.

Об'єктом дослідження виступає комунікативна поведінка чоловіків і жінок у ситуації ділового спілкування.

Предметом дослідження є лексико-граматичні особливості вербальної та невербальної поведінки американської ділової людини в ситуаціях ділового спілкування.

Мета, завдання, специфіка об'єкта та особливості проблеми зумовили вибір традиційних лінгвістичних **методів дослідження**:

- метод словникових дефініцій для встановлення значення елементів висловлювань;

- метод контекстуального аналізу;

- метод комунікативно-прагматичного аналізу з урахуванням використання паралінгвістичних засобів;

- комплексний перцептивний метод, що включає аудіовізуальний та візуальний види аналізу;

- соціально-контекстуальний метод;

- метод функціонального аналізу.

Матеріалом дослідження послужили 300 прикладів комунікативної поведінки чоловіків і жінок у ситуаціях ділового спілкування, вибраних методом суцільної вибірки із американських художніх фільмів XXI століття.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що запропоноване дослідження є спробою системного й ґрунтовного аналізу гендерної поведінки у ситуаціях ділового спілкування; досліджуються її лексико-граматичні особливості; здійснюється порівняльний аналіз комунікативної поведінки чоловіків та жінок у американському діловому середовищі.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що отримані результати і зроблені висновки роблять вклад у вирішення завдань теорії комунікації, невербальної комунікації, ділового спілкування, гендерної лінгвістики. Дослідження розширює також сучасні уявлення про реагуючу поведінку адресата (ввічливу та неввічливу) у різних ситуаціях ділової англійської (американської) комунікації.

Практична значущість роботи визначається тим, що її положення і результати можуть бути використані в лекційних курсах із лінгвістики, лексикології англійської мови, лінгвокультурології, лінгвопрагматики, аналізу дискурсу, а також на практичних заняттях із перекладу, семасіології, стилістики, теорії та інтерпретації тексту.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри теорії та практики іноземних мов, Лабораторії лінгвокультурології та зіставної лінгвістики та студентської проблемної групи «Сучасні тенденції розвитку лексикології англійської мови», а також доповідалися на 3 наукових конференціях різного рівня, зокрема: IV Всеукраїнська науково-практична

конференція «Іноземна мова у полікультурному просторі: досвід та перспективи» (Кам'янець-Подільський, 18 травня 2022 р.); I Науково-методичний семінар «Проблеми романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики у ціннісних вимірах сьогодення» (Умань, 23 листопада 2022 р.); III Міжнародна студентська наукова конференція «Теоретичне та практичне застосування результатів сучасної науки» (Біла Церква, 7 жовтня 2022 р.).

Публікації. Результати дослідження опубліковані у 3 наукових збірниках, зокрема:

1. Скала Т. Поняття ділового спілкування. *Іноземна мова у полікультурному просторі: досвід та перспективи* : збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (Кам'янець-Подільський, 19 травня 2022 р.). Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2022. С. 98–100.

2. Скала Т. Лексико-граматичні особливості ввічливої комунікативної поведінки американського ділового чоловіка. *Проблеми романо-германської філології та іншомовної лінгвометодики у ціннісних вимірах сьогодення* : матеріали I наук.-метод. семінару (Умань, 23 листоп. 2022 р.). Умань : Візаві, 2022. С. 69–71.

3. Скала Т. Лексико-граматичні особливості ввічливої комунікативної поведінки американської ділової жінки. *Теоретичне та практичне застосування результатів сучасної науки* : матеріали III Міжнародної студентської наукової конференції (Біла Церква, 7 жовт. 2022 р.). Вінниця : ГО «Європейська наукова платформа», 2022. С. 102–104.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі списку умовних позначень, вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, списку лексикографічних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків.

ВИСНОВКИ

Лексико-граматичний аналіз гендерної специфіки комунікативної поведінки американської ділової людини дозволив зробити такі висновки:

1. Спілкування з погляду лінгвістики – це комунікація, що здійснюється за певними правилами. У найзагальнішому сенсі під мовною комунікацією розуміємо спілкування людей, головна мета якого – обмін інформацією.

Слідом за Р. Якобсон, виділено шість функцій мовної комунікації: емотивну, конативну, фатичну, реферативну, поетичну, метамовну.

Під діловим спілкуванням розуміємо спілкування, яке забезпечує успіх якоїсь спільної справи, що створює умови для співробітництва людей задля здійснення значущих для них цілей.

У цьому дослідженні зроблено спробу дослідити ділове спілкування на матеріалі класичних американських художніх фільмів, що дозволило виявити такий лінгво-культурний типаж як «американська ділова людина».

Спілкування у діловій сфері є суворо регламентованим та проявляється у різних формах, серед яких найбільш важливими є ділова бесіда, переговори, ділові наради.

Основу норм корпоративної етики становлять цінності, тобто загальні переконання, які визначають, що є неправильним.

Залежно від історії компанії, ставлення до персоналу та клієнтури її корпоративна етика може бути охарактеризована як традиційна, висококваліфікована, інноваційна чи громадська.

Ввічливість у сучасних англomовних культурах спрямована на прагнення зберегти обличчя, дистанціюватися від співрозмовника і знайти компроміс, що забезпечує необхідну комфортну атмосферу гармонійного, безконфліктного спілкування.

Неввічливість – це такий прояв, коли адресату відводять роль нижче тієї, яка належить йому відповідно до його статусу у компанії.

2. Визначено, що існує певна гендерна дихотомія, особливості, властиві «чоловічій» та «жіночій» мовам.

У жіночій мовній поведінці виділено такі тенденції: підвищена емоційність та прагнення до оцінки діяльності оточуючих, наявність сильнішої гіперболізації, вигуків, метафор, епітетів; більш правильна і стандартна вимова; наявність «жіночого» словника, який включає менше неологізмів, архаїзмів і професіоналізмів; використання вступних слів і висловлювань, типу «maybe», «sure», «I think» тощо).

Домінуючими ознаками чоловічого спілкування виділено: економію мовних зусиль; вживання неологізмів, термінологічної та професійної лексики; конкуренція та домінування в діалозі; більша інформативність.

Ці ознаки найяскравіше виявляються за умов одностатевого спілкування, змішані групи сприяють згладжуванню гендерних відмінностей та формуванню типу співрозмовника, який поєднує ознаки обох гендерних комунікативних ролей.

3. Виокремлено такі лексичні особливості ввічливої поведінки чоловіків: наявність привітання та звернення, що базуються на мовних етикетних формулах; представлення себе при першій зустрічі; використання обов'язкових формул подяки *thank you, thanks, my pleasure*; використання дієслова *to appreciate*, яке у різних ситуаціях має різний відтінок; використання мовної етикетної формули *to be honest*; вербальне вираження позитивних емоцій за допомогою дієслівних етикетних кліше *to be delighted, to be proud of, to be glad to look forward*; використання прислівників із суфіксом *-ly*; використання термінології із сфер: журналістики як основної, юриспруденції і релігії як супутньої лексики.

До граматичних особливостей ввічливої поведінки чоловіків відносимо: активне використання при ввічливому діловому спілкуванні Present Continuous у запитальних речень і Present Perfect у розповідних; часте використання майбутнього часу; вживання пасивного стану та модальних

дієслів, які мають мотивуючу функцію; використання директивних мовних актів.

Виокремлено такі лексичні особливості ввічливої поведінки жінок: використання звернень, виражених іменником (власним або загальним) та словосполучення *warm welcome*; використання етикетних формул, де смисловим ядром є дієслова *to be sorry* і *apologize*; вживання дієслів із позитивною конотацією *to be thrilled, to look forward, to be sure, to be honest, to appreciate*; використання прислівників-інтенсифікаторів типу: *absolutely thrilled, pretty sure*.

До граматичних особливостей ввічливої поведінки жінки-комуніканта відносимо використання: непрямих мовних актів прохання та запиту виконання дії; формального виразу *would like*; особистого займенника, який дублює звернення до співрозмовника.

До лексичних особливостей неввічливої поведінки ділового чоловіка відносимо вживання непрямих номінацій, гротесу, жаргонної лексики, сленгу, імпресивних інвективів.

До граматичних особливостей неввічливої поведінки ділового чоловіка відносимо вживання: окличних речень, риторичних питань, які викликають в опонента розгубленість, директивних речень, розділових питань та повтору.

До лексичні особливостей неввічливої поведінки ділової жінки відносимо вживання: дієслів-синонімів із негативним забарвленням, синонімічних інвективних прикметників типу *silly* і *stupid*; використання сленгу та порівняння людини з об'єктами, наділеними негативними якостями.

До граматичних особливостей неввічливої поведінки жінки-комуніканта відносимо вживання: непрямой мови та стилістичного прийому гіперболи; розділових питань із запереченням та риторичних питань, які покликані збентежити адресата; використання умовних речень для негативної реакції.

4. При порівняльному аналізі ввічливої мовної маскулінної та фемінної поведінки було виявлено такі особливості.

У ввічливій мові найчастіше використовуються дієслова позитивної конотації та дієслівні етикетні кліше, які є вербальним виразом «гри на підвищення»: у чоловіків це *be delighted, to be proud of, to be glad i to look forward*; у жінок - *to be thrilled, to look forward, to be sure*.

І чоловіки і жінки, використовуючи паралельні конструкції у своїй промові, розкривають таким чином свою зацікавленість, а також виявляють позитивний емоційний настрій.

При неввічливій мовній поведінці у комунікантів домінує використання дієслів з негативною конотацією, а також прикметників, що негативно коннотуються.

І чоловікам, і жінкам властиве використання риторичних та розділових питань, повторів через які найчастіше реалізується агресивна реакція комуніканта.

Умовні речення у жінок розкривають їхнє зневажливе ставлення до співрозмовника, тоді як у чоловіків це спосіб маніпулювання аудиторією у своїх інтересах.

Неввічливе мовлення обох груп насичена сленгом і непрямими номінаціями, а також іронією та сарказмом. Для обох статей характерно використання інвективних номінацій, які виражають негативне ставлення до адресата.