

# ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОФОНІВ

Місеньова В.В., кандидат філологічних наук (Харків)

У сучасній теорії комунікації переконливо доведено, що мова слугує не тільки для передачі повідомлень, а й для здійснення мовного впливу. Питання про визначення поняття мовного впливу не має однозначного розв'язання. У науці існує два підходи до нього, один з яких можна назвати широким, а інший – вузьким.

Мовний вплив у широкому розумінні – це будь-яке мовне спілкування, взяте в аспекті його цілеспрямованості, цільової обумовленості, це мовне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли один із них розглядає себе як суб'єкта впливу, а свого співрозмовника як об'єкт.

Мовний вплив у вузькому розумінні – це мовне спілкування в системі засобів масової інформації чи виступі безпосередньо перед аудиторією.

Ми будемо вживати термін «мовний вплив» у широкому розумінні, аналізуючи його види та способи здійснення в різних типах дискурсу. Мовний вплив є тією галуззю комунікативної діяльності людини, в якій перетинаються

інтереси психології спілкування, пропаганди, масової комунікації і реклами, теорії і практики педагогіки та інших видів діяльності.

Термін «мовний вплив» полісемантичний ще з однієї причини. За визначенням «мовне» може стояти усна і писемна мова і навіть внутрішня мова, зв'язана з автокомунікацією (мовний вплив на самого себе). У разі широкого трактування мови (мова міміки, жестів, танцю, кінетика, проксеміка) під мовою розуміється сукупність названих засобів, які в комунікативному акті є тісно пов'язаними. Під ефектом впливу може матися на увазі безпосередня зміна поведінки суб'єкта (реципієнта) впливу, зміна його емоційного стану, зміна його знань про світ чи зміна його ставлення до тих чи інших подій і реалій цього світу, тобто зміна його особистісного змісту. Нарешті, мовний вплив може бути монологічним, як форма впливу на іншу людину (інших), і діалогічним, як форма спонукання до спілкування з іншою людиною (інших) як носієм деяких знань, цінностей, деякої унікальної картини (образу) світу, і у зв'язку з цим включати можливість перебудови не тільки свідомості іншої людини, але і власної.

Інтенсифікація спроб стимулювати процеси мовного впливу у другій половині ХХ ст. відбулася під впливом декількох причин. Це, по-перше, поява і розвиток засобів зв'язку й особливо засобів масової інформації (преса, радіо, кіно, телебачення), по-друге, посилення впливу на свідомість людей наочної агітації і реклами, розширення їхніх функцій, по-третє, посилення політичної боротьби, яке зумовлює необхідність формування суспільної думки.

Ці фактори розвитку сучасного суспільства сприяли формуванню соціального замовлення на дослідження проблем спілкування і мовного впливу. У ХХІ ст. з'являються нові наукові напрямки, в яких досліджуються проблеми передачі, циркуляції і сприйняття інформації. У роботах науковців з проблем теорії комунікації зазначається, що аналіз вивчення проблем мовного впливу дозволяє зробити два висновки. Хоча в останні роки розширюються і поглиблюються дослідження проблем безпосереднього спілкування в діалозі чи безпосереднього спілкування однієї людини з аудиторією, спостерігається

посилення уваги до проблем масової інформації, масового мовного впливу (коли його об'єктом є сукупність людей).

Ми будемо аналізувати мовний вплив, спираючись на надбання, які має теорія комунікації завдяки роботам О. О. Леонтьєва, з одного боку [5], та дослідників прагматичної лінгвістики і теорії дискурсу, з іншого [1; 2; 3; 4; 6; 7]. Передусім, з'ясуємо питання про види мовного впливу.

Мовний вплив можна класифікувати за такими критеріями, як мета, умови комунікації, усвідомленість чи неусвідомленість здійснення, засоби здійснення, результативність і т. ін.

За метою можна виділити такі види мовного впливу:

- мовний вплив, метою якого є створення у адресата образного уявлення про певний об'єкт;
- мовний вплив, метою якого є формування у партнера по спілкуванню оцінок, почуттів, співвідносних з оцінками та почуттями комунікатора;
- мовний вплив, метою якого є засвоєння адресатом певної інформації;
- мовний вплив, метою якого є обґрунтування певних положень, наведення доказів;
- переконання партнера по спілкуванню;
- навіювання;
- умовляння;
- прохання, випрошування;
- наказ;
- спонукання до дії;
- примушування до певних дій.

За умовами комунікації можна виділити мовний вплив на одну особу, групу осіб (аудиторію) чи натовп. За усвідомленістю чи її відсутністю виділяється мовний вплив, який здійснюється усвідомлено, і мовний вплив, який здійснюється комунікатором неусвідомлено. За типом засобів впливу виділяється власне мовний вплив, невербальний вплив і змішаний. Мовні засоби впливу можна

поділити на такі групи:

- мовні засоби, які виражають оцінку подій комунікатором (приховану або неприховану);
- мовні засоби, які виражають почуття комунікатора (які він приховує або не приховує);
- мовні засоби переконання;
- мовні засоби спростування чужої думки;
- мовні засоби навіювання;
- мовні засоби умовляння;
- мовні засоби прохання та випрошування;
- мовні засоби наказу;
- мовні засоби спонукання;
- мовні засоби примушування;
- мовні засоби збудження певної реакції слухача;
- мовні засоби актуалізації певних парадигм;
- мовні засоби актуалізації певних асоціацій.

За результативністю теоретики комунікації виділяють успішний мовний вплив і неуспішний – комунікативну невдачу і комунікативне самогубство. Комунікативна невдача – це такий мовний вплив, який не дав бажаних результатів, мета якого залишилася недосягнутою. Комунікативне самогубство – це груба помилка, допущена у спілкуванні, яка призводить до неможливості подальшого продовження комунікації або до її неефективності.

З урахуванням викладеного типи комунікації, які визначають її змістовий аспект, можна узагальнено подати так: комунікація з метою інформування, комунікація з метою обміну інформацією, комунікація з метою мовного впливу. У кожному з названих типів комунікації обов'язковими є, по-перше, передача інформації, по-друге мовний вплив, але ці елементи мають у названих типах різну значущість, а відтак будуть помітно відрізнятися спосіб подачі інформації, стратегія і тактика мовленнєвої поведінки партнерів по спілкуванню.

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Булыгина Т. В. О границах и содержании прагматики / Т.В. Булыгина // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. –1981. – Т. 40. – № 4. – С. 333–342.
2. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. – М.: Языки русской культуры, 2001. – 272 с.
3. Гак В. Г. Прагматика, узус и грамматика речи // Языковые преобразования / В.Г. Гак. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 156 с.
4. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: ИНФАМ, 2001. – 271с.
5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность / А.А. Леонтьев. – М.: Просвещение, 1969. – 214 с.
6. Мецлер А. А. Прагматика коммуникативных единиц / А.А. Мецлер. – Кишинёв: Штиинца, 1990. – 100 с.
7. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: «Слово», 2000. – 261 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО  
КАФЕДРА ІНОЗЕМНИХ МОВ №2

---



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

МІЖУНІВЕРСИТЕТСЬКОГО НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО СЕМІНАРУ

**«Іншомовна комунікативна компетентність  
у фаховій діяльності»**

Харків, 27 листопада 2018 року

Харків 2018

---

<b>Місеньова В.В.</b> ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОФОНІВ.....	64
<b>Nikiforova S.M.</b> TEACHING SPEAKING ON-LINE AT THE LEVEL B2.....	68
<b>Олексенко О.О., Решетняк І.О.</b> МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ЗВО.....	72
<b>Ольховська А.С.</b> ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА.....	76
<b>Петрушенко Ж.В.</b> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	79
<b>Погодіна М.Ю.</b> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ.....	81
<b>Прус Н.О.</b> РОЗВИТОК ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ В ПРОЦЕСІ ОПРАЦЮВАННЯ ІНШОМОВНИХ АВТЕНТИЧНИХ ТЕКСТІВ.....	84
<b>Ребрій І.М., Шутенко І.В.</b> ЕТНОМЕНТАЛЬНА СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ.....	88
<b>Романюк С.М.</b> ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОВОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ФАХІВЦІВ ВУЗЬКОПРОФІЛЬНОЇ СПЕЦІЛІЗАЦІЇ.....	90
<b>Savchenko O.</b> PROFESSIONALLY ORIENTED TEXTS IN LEARNING ENGLISH.....	94