

Трегуб С.Є.

*здобувач, старший викладач,
Запорізький державний медичний університет*

МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК НОРМА СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МАЙБУТНЬОГО ФАРМАЦЕВТА

Як відомо, суспільство виробляє певні стандартизовані норми соціальної поведінки (у тому числі і мовленнєвої), які визначаються уявленнями про шаблони поведінки у конкретній ситуації. Щоб функціонувати як єдине ціле, як складна соціальна система, суспільство має встановити такі рамки поведінки індивідів, у яких ця поведінка стає одноманітною, стабільною, такою, що повторюється. Саме такими рамками й є етикет – система правил зовнішньої культури людини, її поведінки, пристойності, гарного тону тощо. У суспільстві він функціонує у двох основних формах поведінки: мовленнєвої і немовленнєвої. Як правило, ці форми поведінки тісно між собою пов'язані і взаємозалежні. Якщо етикет, як встановлений у суспільстві набір правил регулює нашу зовнішню поведінку у відповідності із соціальними вимогами, то мовленнєвий етикет можна визначити, як правила, що регулюють нашу мовленнєву поведінку [2, с. 96].

Під мовленнєвим етикетом розуміють мікросистему національно специфічних стійких формул спілкування, прийнятих і приписаних суспільством для встановлення контакту співрозмовників, підтримання спілкування у певній тональності. Такі стійкі формули спілкування, або стереотипи спілкування є типовими, повторюваними конструкціями, що вживаються у високочастотних побутових ситуаціях. Тобто, набір типізованих частотних ситуацій призводить до появи набору мовленнєвих засобів, що обслуговують такі ситуації. Ступінь стандартизації одиниці знаходиться у прямій залежності від частотності її вживання.

Для реалізації формул мовленнєвого етикету потрібні певні «координати». Мовленнєва ситуація відбувається за безпосередньої участі мовця – «я» і адресата-співрозмовника – «ти» (чи співрозмовників, їх може бути кілька: етикетна ситуація завжди діалогічна, бо передбачає спілкування, навіть, якщо її учасники (мовці) розділені часом чи простором). Дія здебільшого відбувається «тут» і «тепер» (якщо йдеться про усне спілкування).

Систему мовленнєвого етикету нації складає сукупність усіх можливих етикетних формул. Структуру ж його визначають такі основні елементи комунікативних ситуацій: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо. З поміж них вирізняються ті, що вживаються при з'ясуванні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання.

З точки зору національної специфіки мовленнєвого етикету варто сказати, що структура його склалася у кожній нації на її власній народній основі під впливом різного роду психологічних, соціально-політичних, культурологічних факторів.

Мовленнєвий етикет відіграє важливу роль у формуванні культури фахового мовлення фармацевтів. Етикет, як соціально-лінгвістичне явище детермінований з функціонального боку, тобто в основі його виділення лежать спеціалізовані функції. Так Формановська Н.І. нараховує їх близько шести.

Перша з них контактна функція – встановлення, збереження чи закріплення, підтримуваних зв'язків і стосунків, індивідуальних чи соціально-масових. Поняття «контактна функція» однаково стосується усіх тематичних груп одиниць мовленнєвого етикету, бо навіть прощаючись, ми встановлюємо можливість подальшого контакту.

Функція ввічливості (конотативна) – пов'язана з проявами ввічливого поведіння членів колективу один з одним.

Регулююча функція (регулятивна) – теж стосується усіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми при встановленні контакту регулює характер стосунків адресата і адресанта.

Функція звертальна (апелятивна) – тісно пов'язана з імперативною, бо привернути увагу, означає здійснити вплив на співбесідника.

Емоційно-експресивна функція – є факультативною функцією, оскільки вона властива не усім одиницям мовленнєвого етикету [3, с. 27].

Існування вказаних функцій доводить, що мовленнєвий етикет не є якимось випадковим чи несуттєвим явищем, а навпаки представляє собою своєрідний механізм, лише з допомогою якого може відбуватися ефективна комунікація.

Мовленнєвий етикет соціальний за своєю природою, бо виявляє соціально-рольову сторону спілкування. Тобто на вибір тієї чи іншої одиниці мовленнєвого етикету впливає соціальна роль індивіда – нормативно схвалений суспільством спосіб поведінки, який очікується від кожного, хто займає дану соціальну позицію.

При зміні рольової структури ситуації спілкування індивід переключається з одних стереотипів поведінки на інші, послуговується різними стилями мови, різними одиницями мовленнєвого етикету і т. д. Тобто, соціальні ролі мовної особистості є ключовими в розумінні сутності мовленнєвого етикету.

Мовний контакт, необхідний для досягнення комунікації (спілкування), реалізується спеціальними мовними засобами, скерованими на зав'язування, підтримання, припинення комунікації тощо. Іншими словами, встановлення і підтримання контакту обов'язково передбачає дотримання певних норм мовної поведінки (мовного етикету) співрозмовниками – уваги до партнера, врахування його потреб, доброзичливого ставлення, тобто дотримання загальних вимог ввічливості.

Різні мови світу виробили спеціальні (лексичні, морфологічні, синтаксичні, просодичні) засоби вираження ввічливості, спеціальні етикетні мовні формули, які утворюють у кожній конкретній мові цілу систему – мовний етикет. Це насамперед такі усталені мовні формули, що вживаються при зав'язуванні контакту між комунікантами, як формули звертань і вітань: при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання тощо. Тобто, власне етикетні мовні формули. Сам же мовний етикет включав, крім власне етикетних мовних формул, ще й соціально-мовні символи етикетного рівня (наприклад, етикетні форми заперечення (незгоди) і ствердження (згоди), форми питань, що використовуються в певних соціально-культурних групах) [1;с.37].

Мовний контакт, таким чином, повинен забезпечувати весь комунікативний акт від початку і до закінчення. У європейському культурному ареалі виділяють п'ять тональностей спілкування – високу, нейтральну, звичайну, фамільярну, вульгарну. У нашому суспільстві етикет в цілому збігається з загальними вимогами ввічливості. Все, що в межах ввічливості, є етичним, неввічливість же – синонім неетичності.

Саме тому, аналізуючи мовні засоби вираження ввічливості, ми виходитимемо з триступеневої (високої, нейтральної, фамільярної) шкали тональностей, оскільки вульгарна тональність несумісна з ввічливістю, а звичайна тональність цілком вміщається в рамках нейтральної тональності.

Таким чином ми вважаємо, що мовленнєвий етикет є однією з важливих характеристик поведінки майбутнього фахівця. Бо без знання прийнятих у суспільстві форм етикету, без вербальних форм вираження ввічливих стосунків між людьми, фахівець не може ефективно, з користю для себе і оточуючих здійснювати процес спілкування.

Список використаних джерел:

1. Білоус М. Урок української мови // М.Білоус- 2002.— № 10. – С.36-38
2. Плющ Н. Формули ввічливості в системі українського мовного етикету. Українська мова і сучасність // Н. Плющ – К.: НМК ВО. – 1991. – С. 90-98
3. Формановская Н. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. // Н.Формановская – М.: Русский язык, 1982.