

**Формули мовного етикету як функціонально автономні  
комунікативні стереотипи в синтаксичній структурі  
сучасної української мови**

Мовний етикет можна назвати культурним обличчям нації, дослідження його проблем має бути під пильним оком науковців.

Проблеми українського мовного етикету стали об'єктом зацікавлення лінгвістів, починаючи з кінця XIX ст. Дослідниками етикету були О.О.Потебня, В.І.Сімович, Н.І.Формановська, Є. Томічек, П.Браун, С.Левінсон, В.М.Алпатов та інші вітчизняні та зарубіжні вчені.

Комунікативна функція мови є її первинною, основною функцією. Мовний контакт, необхідний для досягнення спілкування, реалізується спеціальними мовними засобами, скерованими на зав'язування, підтримання, припинення комунікації. Встановлення та підтримання контакту обов'язково передбачає дотримання певних норм мовної поведінки співрозмовниками – уваги до партнера, врахування його потреб, доброзичливого ставлення, тобто дотримання загальних вимог ввічливості. Отже, ввічливість – провідна риса мовного (та й не мовного) спілкування. Мовами світу вироблено спеціальні (лексичні, морфологічні, синтаксичні) засоби вираження ввічливості, спеціальні етикетні мовні формули, що 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, вітань; під час підтримання контакту – формули вибачення, прохання, подяки; під час припинення контакту – формули прощання, побажання. Це і є власне етикетні мовні формули. Але окрім власне етикетних мовних формул, мовний етикет містить в собі соціально-мовні

символи етикетного рівня (наприклад етикетні форми заперечення (незгоди) і ствердження (згоди), форми питань, що використовуються в певних соціально-культурних групах).

У нашому суспільстві етикет в цілому збігається з загальними вимогами ввічливості. Все, що в межах ввічливості, є етичним, неввічливість – синонім неетичності.

У процесі довготривалого співжиття людей у суспільстві виробився цілий комплекс механізмів регулювання поведінки людей за тих чи інших обставин, який ми називаємо етикетом.

Багаторазова повторюваність етикетних ситуацій – привітання, звертання, рекомендації, знайомства, запрошення, подяки, компліменту, прощання – сприяла тому, що до кожної з них виробились відповідні мовні стереотипи, які використовуються для маніфестації соціальних стосунків. Таким чином усталився мовний етикет. Зараз фахівці мовний етикет визначають “як систему стійких формул спілкування, рекомендованих суспільством для встановлення мовленнєвого контакту співрозмовників, підтримання спілкування у вибраній тональності відповідно до їх соціальних ролей і рольових позицій відносно один одного в офіційних і неофіційних обставинах”.

Таким чином, мовний етикет становить функціонально-семантичне поле ввічливо-доброзичливих одиниць мовного спілкування в різних етикетних ситуаціях. Існує проблема співвідношення етикету і мовного етикету. Можна з певністю стверджувати, що мовний етикет пов'язаний із семіотичним і соціальним поняттям етикету. Сам етикет дослідники відносять до вторинних моделюючих систем, які надбудовуються над первинною моделюючою системою – мовою.

Виходячи з факту, що такий універсальний засіб як

мова, є основою комунікаційних систем будь-якого виду, будемо вважати етикет окремою цілісною системою, а всі вербальні засоби (мовний етикет) – підсистемою етикету. Поняття ввічливості є певною мірою безособовим. Формули мовного етикету можуть застосовуватися і до керівника, і до підлеглого, до добре знайомого і малознайомого. Принциповим є розрізнення категорії мовця і граматичної категорії особи. Дійсно, майже в кожній етикетній формулі присутнє “я” мовця. Добрий день! До побачення! Є висловами 1-ї особи, але тут можна твердити лише про синтаксичну категорію особи, граматична ж категорія – відсутня, вона “і не може бути виражена цими формулами, навіть імпліцитно, оскільки це дієслівні одиниці. А ось семантична категорія мовця їм властива: адже і Спасибі, і Добрий день, і багато інших подібних слів-формул – це висловлювання від особи мовця, а не лише слова в реченні”.

Що ж до граматичної категорії особи, то вона є ядром семантичної категорії персональності, яка показує співвідношення учасників означеної ситуації та учасників ситуації мовлення, насамперед мовця. На основі цієї семантичної категорії будується і функціонально-семантичне поле персональності, яке розглядається разом із засобами її вираження у тій чи іншій мові.

Персональність як функціонально-семантичне поле являє собою угруповання різнорівневих (лексичних, морфологічних, синтаксичних) засобів певної мови, які слугують для вираження різних варіантів ставлення до особи. Характерною ознакою функціонально-семантичного поля персональності є об'єднання і взаємодія в центрі поля граматичної категорії особи дієслова і займенника, що виконують власне семантичну дейктичну функцію співвіднесення учасників означеної ситуації з учасниками мовленнєвого акту. Конкретний

персональний дейксис, а саме – власне особовий (означено-особовий) вказує на власне особу (основна функція форм 1-ї та 2-ї особи й одна з можливих функцій 3-ї особи).

Чому етикетні формули мають контекстно автономний (самодостатній) зміст і форму? Тому що їх призначення специфічне, вони мають у зв'язку з цим усталену форму і закріплені за нею зміст, вони відтворювані мовленнєві структури. Це комунікативні стереотипи.

Якщо ж ці контекстно автономні формули потрапляють у лінійне речення, то вводяться як цитата або як пряма мова (з відповідним пунктуаційним оформленням, в т.ч. і лапками), що ще раз підкреслює їх первісну (генетичну) функціональну автономність.

## Література.

- Формановська Н.Н.* Речевой этикет // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. –С. 413.
- Байбурин А.К. Топорков А.П.* У истоков этикета. –Л., 1990. –С.8.
- Крысин Л.П.* О речевом этикете – научно и популярно // Рус. яз. в школе. – 1984,; №3 –С.105.
- Бондаренко А.В.* Семантика лица // Теория функциональной грамматики: Персональность. Залоговость. –Сиб.: 1991. –С. 7-8.