

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ

Мінько Валентин Олегович

(група ГФ-310м)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

АНГЛОМОВНИЙ ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС ОНЛАЙН-ПРОЄКТІВ

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), основна мова – англійська
Кваліфікація	магістр філології

Науковий керівник –
доц. кафедри теорії та практики
перекладу, канд. філол. н. Хавкіна О. М.

Запоріжжя – 2021

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет	<u>гуманітарний</u>
Кафедра	<u>теорії та практики перекладу</u>
Ступінь вищої освіти	<u>другий (магістерський)</u>
Спеціальність	<u>035 «Філологія»</u>
Освітня програма (спеціалізація)	<u>035.041 «Філологія (германські мови та літератури (переклад включно)), перша – англійська»</u>

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
проф. Приходько А. М.
«22» грудня 2021 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Мінька Валентина Олеговича

1. Тема кваліфікаційної роботи: Англомовний інституційний дискурс онлайн-проектів.
керівник кваліфікаційної роботи Хавкіна Олена Миколаївна, доцент кафедри теорії та практики перекладу, к. філол. н.
затверджені наказом закладу вищої освіти від «17» листопада 2021 року № 450.
2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи 16 грудня 2021 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: теоретичні та критичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених: Н. Д. Арутюнової, В. І. Карасика, В. В. Кизилової, Є. О. Кожемякіна, J. L. Austin, J. R. Searl та ін.
4. ЗМІСТ розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити): дати визначення поняттям «дискурс» та «інституційний дискурс», проаналізувати види текстів з точки зору їх відношення до дискурсу; розглянути теорію мовленнєвих актів, з'ясувати їх структуру; проаналізувати класифікації мовленнєвих актів, запропонованих різними видатними дослідниками в даній галузі; з практичної точки зору визначити ряд головних блоків при комунікації учасників онлайн-проектів; визначити різнорівневі лінгвальні особливості комунікативних текстів у сфері ведення онлайн-проектів; визначити та проаналізувати типи та причини комунікативних невдач.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): _____

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Хавкіна О. М., к. ф. н., доцент		
II	Хавкіна О. М., к. ф. н., доцент		
III	Хавкіна О. М., к. ф. н., доцент		
Нормоконтроль	Підгорна А.Б., к. ф. н., доцент		

7. Дата видачі завдання « 7 » вересня 2021 року.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	вересень 2021	виконано
2.	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу	вересень 2021	виконано
3.	Складання календарного плану роботи	вересень 2021	виконано
4.	Збирання матеріалу для 1, 2 та 3 розділів	вересень – жовтень 2021	виконано
5.	Підготовка розділу 1	жовтень 2021	виконано
6.	Підготовка розділу 2, 3	листопад 2021	виконано
7.	Написання вступу і загальних висновків роботи	листопад – грудень 2021	виконано
8.	Оформлення кваліфікаційної роботи	грудень 2021	виконано
9.	Нормоконтроль	13-15 грудня 2021	виконано
10.	Рецензування кваліфікаційної роботи	14-15 грудня 2021	виконано
11.	Захист кваліфікаційної роботи	22 грудня 2021	виконано

Студент(ка)

Мінько В. О.

Керівник кваліфікаційної роботи

Хавкіна О. М.

РЕФЕРАТ

КР: 87 с., 7 рис., 72 джерела.

Об'єкт дослідження – інституційний дискурс у рамках комунікації при веденні онлайн-проектів.

Мета роботи – розгляд та з'ясування особливостей інституційного дискурсу як соціолінгвістичного феномена, а також визначення типів та особливостей комунікації в межах проектної діяльності.

Методи дослідження – лінгвістичне спостереження, аналіз отриманої інформації, узагальнення результатів дослідження, опис.

У першому розділі кваліфікаційної роботи було розглянуто теоретичні засади дослідження інституційного дискурсу, окреслено поняття «текст» та проаналізовано види текстів. Крім цього, перший розділ вміщує розгляд поняття мовленнєвого акту, дослідження структури мовленнєвого акту, аналіз різних типів мовленнєвих актів. У другому розділі надано детальні характеристики комунікації між учасниками онлайн-проектів, розглянуто основні блоки комунікації під час реалізації онлайн-проектів, проаналізовано лінгвальні, структурно-граматичні, лексико-стилістичні особливості комунікативних текстів. Для унаочнення досліджених особливостей текстів комунікації було проведено аналіз повідомлень, взятих з реального професійного чату команди розробки програмного забезпечення. Третій розділ вміщує дослідження різних видів комунікативних невдач, а також надає певні шляхи щодо їх подолання. Дослідження та результати даної кваліфікаційної роботи є наразі актуальними та можуть бути використані як у практичних (освітня практика, написання наукових робіт, ведення та участь у онлайн-проектах), так і у теоретичних (детальне визначення основних характеристик інституційного дискурсу, аналіз мовленнєвих актів тощо) цілях.

ДИСКУРС, КОМУНІКАЦІЯ, МОВЛЕННЄВИЙ АКТ, ТЕКСТ,
ОНЛАЙН-ПРОЄКТ, КОМУНІКАТИВНИЙ БАР'ЄР

ЗМІСТ

Завдання на роботу

Реферат

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН.....	9
1.1. Теоретичні засади дослідження інституційного дискурсу. Текст. Види текстів.....	9
1.2. Мовленнєвий акт, його структура.	14
1.3. Типи мовленнєвих актів	19
РОЗДІЛ 2. ТИПИ КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..	31
2.1. Комунікація між учасниками проєктів	31
2.2. Лінгвальні особливості комунікативних текстів	36
2.2.1. Лексико-стилістичні характеристики текстів проєктної комунікації.....	40
2.2.2. Структурно-граматичні особливості текстів онлайн-проєктів.....	46
2.2.3. Специфіка комунікації у професійних чатах команди розробки програмного забезпечення.....	49
РОЗДІЛ 3. НЕУСПІШНА МОВЛЕННЄВА КОМУНІКАЦІЯ.....	56
3.1. Типи комунікативних невдач.....	56
3.2. Комунікативні шуми та бар'єри.....	59
3.3. Комунікативні невдачі в онлайн-спілкуванні розробників програмного забезпечення.....	70
ВИСНОВКИ.....	74
SUMMARY.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

Кінець XX – початок XXI століття ознаменувалися надзвичайним сплеском наукового інтересу до такого явища як дискурс. Поняття дискурсу є складним комунікативним явищем, яке виступає у різних сферах сучасної лінгвістики, а також у різних міжгалузевих науках. Говорячи про спілкування у рамках сформованих в суспільстві інститутів та комунікацію учасників даних інститутів загалом, ми маємо справу з інституційним дискурсом. Його також можна позначити як взаємодію, що породжена самою діяльністю того чи іншого соціального інституту. Фокус даного дослідження становить комунікативна діяльність учасників онлайн-проектів, як частина інституційного дискурсу.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена, перш за все, високою популярністю онлайн-проектів та особливістю комунікації їх учасників. Велика затребуваність означає швидкоплинний розвиток даної сфери, що передбачає її глибоке дослідження з точки зору лінгвістики. Характерна комунікативна специфіка інституційного дискурсу, а саме дискурсу, що стосується онлайн-проектів, передбачає дослідження з точки зору різних мовознавчих напрямів. Аналіз та, як результат, розуміння структурних, функціональних та комунікативно-прагматичних особливостей даного дискурсу сприяють розвитку та кращому розумінню механізмів функціонування та побудови інституційного дискурсу.

Зв'язок роботи з науковими темами. Дипломну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми кафедри теорії та практики перекладу Національного університету «Запорізька політехніка» № 61121 «Когнітивно-дискурсивна організація текстового простору міжкультурної (крескультурної) комунікації». Тема роботи затверджена наказом ректора № 450 від 17.11.21 р.

Об'єктом пропонованого дослідження виступає інституційний дискурс у рамках комунікації при веденні онлайн-проектів.

Предметом дослідження є різнорівневі лінгвальні особливості комунікації в межах проєктної діяльності.

Метою кваліфікаційної роботи є розгляд та з'ясування особливостей інституційного дискурсу, як соціолінгвістичного феномена, а також визначення типів та особливостей успішної та неуспішної комунікації в межах проєктної діяльності. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання цілої низки конкретних **завдань**:

- дати визначення поняттям «дискурс» та «інституційний дискурс»; проаналізувати види текстів з точки зору їх відношення до дискурсу;
- розглянути теорію мовленнєвих актів, з'ясувати їх структуру; проаналізувати класифікації мовленнєвих актів, запропонованих різними видатними дослідниками в даній галузі;
- з практичної точки зору визначити ряд головних блоків при комунікації учасників онлайн-проєктів;
- визначити різнорівневі лінгвальні особливості комунікативних текстів у сфері ведення онлайн-проєктів;
- визначити та проаналізувати типи та причини комунікативних невдач.

Матеріалом дослідження є уривки з реальних ділових переговорів, електронного листування, чатів тощо.

Методи дослідження зумовлені метою, завданнями й аналізованим матеріалом: *лінгвістичне спостереження* – для вивчення особливостей комунікативних текстів; *аналіз отриманої інформації* – для узагальнення та уніфікації отриманих теоретичних даних за даною темою; *узагальнення результатів дослідження* – для фокусу саме на основній інформації та її подання у роботі, а також для ефективного подальшого використання в практичних та теоретичних цілях; *опис* – для подання та виокремлення інформації, отриманої з інших літературних джерел; *стилістичний аналіз* – для вивчення стилістичних особливостей аналізованих текстів; *компаративний метод* – для виявлення розбіжностей та особливостей різних видів та типів мовленнєвих актів.

Теоретичне значення роботи полягає у детальному дослідженні інституційного дискурсу, визначенні його основних характеристик, аналізі варіацій класифікацій мовленнєвих актів, поглибленому розумінні специфіки комунікації учасників онлайн-проектів, спробі розробити власну класифікацію основних блоків комунікації онлайн-проектів.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання матеріалів та висновків дослідження для подальшого вивчення даної теми. Отримані результати можуть бути використані в освітній практиці, при написанні курсових та кваліфікаційних робіт, а також при веденні онлайн-проектів різних галузей.

Структуру кваліфікаційної роботи зумовлено науковою логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (72 найменування). Загальний обсяг роботи – 87 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

1.1. Теоретичні засади дослідження інституційного дискурсу. Текст. Види текстів

Велику увагу у наш час викликає аспект вивчення мови з точки зору комунікативних ситуацій. Свідченням цьому є численні лінгвістичні дослідження на теми, пов'язані, зокрема, з професійним спілкуванням. Як результат, аналіз дискурсу відноситься до найбільш актуальних питань сучасної лінгвістики.

Термін «дискурс» виступає центром уваги дослідників багатьох дисциплін гуманітарної галузі. Найчастіше дослідження дискурсу відбувається з точки зору його інституційності. За такої умови, поняття дискурсу розглядається в межах певного соціального інституту. Крім цього, дослідники даної галузі беруть до уваги не тільки лінгвістичні, але й екстралінгвістичні аспекти. Тому розгляд сучасних підходів щодо вивчення дискурсу, головних характеристик інституційного дискурсу та його функцій є одним з найголовніших етапів на шляху вивчення та покращення професійної комунікації в межах однієї та декількох мов.

Слово «дискурс» походить від латинської і колись мало значення «швидко рухатись у всі сторони». Пізніше його почали використовувати у значенні *besida* і через деякий час у європейських мовах воно стало терміном [34, с. 9]. Дискурс почали розглядати як комплексну одиницю, яка складається з послідовності речень, об'єднаних логічним та смисловим типом зв'язності [39, с. 39].

З точки зору Є. О. Кожемякіна, дискурс можна розглядати як послідовність (організованих певним чином) висловів, сприйняття яких може впливати на зразки індивідуального досвіду людини, її уявлення про світ,

погляди та дії. Слід відмітити, що з одного боку дискурс характеризується послідовністю висловів, а з іншого – він викликаний не тільки зовнішніми, але й внутрішніми факторами. Тому: 1) дискурс – це діяльність, а не її результат; 2) дискурс – це інструкція щодо побудови структури вислову. Виходячи з цього, інституційний дискурс можна розглядати як дискурс, здійснюваний у соціальних інститутах, де комунікація являє собою частину даного інституту. Головною характеристикою інституційного дискурсу буде не доповідь, а створення соціальної мети, тобто дискурс є способом існування інституту [24, с. 98].

Відомий російський дослідник В. І. Карасик відмічає два основних види дискурсу: **персональний** та **інституційний**. Персональний вид дискурсу розділений на дві основні підвиди: буттєвий та побутовий дискурс. Перший носить суто розгорнутий характер – іншими словами, це спроба передати всю красу внутрішнього світу мовця. У ньому використовуються всі мовленнєві форми на базі літературної мови. «Буттєве спілкування носить переважно монологічний характер і представлене творами художньої літератури та філософськими та психологічними інтроспективними текстами» [19, с. 25]. У більшості випадків побутовий дискурс, на відміну від буттєвого, представлений у вигляді діалогу. Учасниками дискурсу є добре знайомі люди, а тому ніщо не заважає розумінню одне одного. Деталі спілкування часто опускаються та не промовляються взагалі. Для даного типу дискурсу справедливим є вислів І. Н. Горелова: «Вербальне спілкування лише доповнює невербальне, а основна інформація передається мімікою та жестикуляцією» [11, с. 27]. Побутовий дискурс є природним типом дискурсу та зустрічається з перших років життя людини. Даному типу дискурсу характерна спонтанність, ситуативна залежність, суб'єктивність, часто порушення логіки та структурованості мовленнєвої дії. З фонетичної точки зору нормою є нечітка вимова повідомлень. Спілкуючись на побутовому рівні, мовці вдаються до зниженої та жаргонної лексики [19, с. 49].

Інституційний дискурс при цьому визначається як розмова в заданих рамках статусно-рольових відносин. В. І. Карасик підкреслює, що у сучасному комунікативному просторі використовуються наступні види дискурсу: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, воєнний, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий та інформаційний [18, с. 5-7].

Для кожного виду інституційного дискурсу існує певна міра співвідношення між соціально значущими та особистісними компонентами. За В. І. Карасиком, характеристика будь-якого інституційного дискурсу потребує розгляду наступних компонентів: 1) учасники; 2) хронотоп (часопростір); 3) цілі; 4) цінності; 5) стратегії; 6) матеріали (тематика); 7) різновиди та жанри; 8) прецедентні (культорогенні) тексти; 9) дискурсивні формули [18, с. 7-9];

За Н. Д. Арутюновою, дискурс – це текст, занурений у ситуацію спілкування, або у життя. Комунікативна ситуація є елементом культури, і тому аналіз дискурсу, виявлення і пояснення прихованих смислів неминуче виходить на культурно марковані обставини і формальні моделі поведінки, які мають соціально- або етнокультурну значущість [1, с. 52].

Слідом за В. І. Карасиком виділяємо чотири основні підходи до моделювання дискурсу: тематичний (предметний), агентивний (соціолінгвістичний), інструментальний (тональнісний) і перформативний. У рамках **тематичного** опису дискурсу нас цікавить його зміст – про що йде мова; при **агентивному** підході до предмету нашого вивчення моделюється комунікативна ситуація, в якій виділяються її учасники та обставини; **інструментальний** підхід до аналізу дискурсу виводить на перший план комунікативну тональність і способи комунікації, зумовлені каналом спілкування, **перформативне** осмислення дискурсу акцентує нашу увагу на фактуальності як на картині світу, що може конструюватися або реконструюватися. Ці підходи доповнюють один одного [17, с. 147-149].

Таким чином, **інституційний дискурс** являє собою конвенційну, культурно обумовлену, нормативну мовленнєву взаємодію людей, які мають певні соціально-значимі ролі в межах будь-якої соціальної сфери, яка створена задля задоволення певних потреб суспільства [24, с. 98].

Розглядаючи дискурс, не можна залишити поза увагою **текст**. У ХХ столітті з'явився ряд дослідницьких робіт, які чітко розділили ці два поняття (наприклад, ґрунтовна праця М. Фуко «Порядок дискурсу» [41, с. 79]), хоча до цього їх розглядали як відповідні одне до одного. У процесі розвитку лінгвістики термін «дискурс» отримував різні доповнення та видозміни. Мовознавці визначали дискурс через поняття «текст», при цьому текст часто розглядався як частина дискурсу, або його базова одиниця [32, с. 140]. Так наприклад, Е. Бенвеніст синонімізує дискурс з мовленням або промовою, які завжди ототожнюються з мовцем [4, с. 265].

У лінгвістиці існує чимала кількість дефініцій поняттю «текст». Багато мовознавців продовжують суперечки щодо уніфікованого визначення для цього поняття. О. О. Селіванова виділяє деякі причини даного феномена: 1) абсолютизація структурної організації тексту та його граматичних засобів зв'язності; 2) формально-структурна, жанрова, стилістична різноплановість тексту і специфіки способу його репрезентації, за якими тексти поділяються на письмові, усні та друковані; 3) канонізація тексту як складника комунікативного процесу, посередника, засобу, процесу й мети комунікації, що пов'язане зі становленням комунікативного напряму лінгвістики тексту й ототожненням тексту і дискурсу; 4) абсолютизація певної категорії або кількох категорій тексту при його тлумаченні. За визначенням дослідниці, **текст** — це цілісна семіотична форма лінгвопсихоментальної діяльності мовця, концептуально та структурно інтегрована, що служить прагматичним посередником комунікації й діалогічно вбудована до семіотичного універсуму культури. Текст характеризується єдністю теми, задуму, основної думки і смисловою закінченістю [35, с. 395].

Текст також характеризується наявністю певної композиції (внутрішньої структури). Вона складається зі вступу, основної частини і висновку. При цьому, основна частина є обов'язковою, тоді як вступ та висновки – факультативні. У всіх частинах послідовно розкривається зміст тексту [7, с. 296].

За **функціонально-смысловими особливостями** виділяють наступні комунікативні типи мовлення: 1) розповідь (описує певну дію у її процесі та часовому порядку); 2) опис (загалом характеризує сталу інформацію); 3) міркування (транслює розвиток думок мовця щодо певного предмету) [16, с. 38].

Крім цього, тексти відносяться до одного зі стилів мови. Залежно від цього виділяють тексти: 1) **розмовні** (використовуються в розмовній мові, найчастіше існують в усній формі, характеризуються наявністю речень простих за своїм складом, і особливої розмовної (а іноді і просторічної) лексики); 2) **офіційно-ділові** (характеризуються офіційно-діловим стилем, найчастіше зустрічаються у письмовій формі; характеризуються наявністю складних речень, великою кількістю іменних частин мови і специфічною лексикою); 3) **публіцистичні** (використовуються в засобах масової інформації, їх основна мета – зацікавлення читачів чи слухачів, а також інформування; існують як в письмовій, так і в усній формі; характеризуються жвавістю, різноманітністю, підбір лексичних засобів відбувається в залежності від мети та змісту тексту); 4) **наукові** (функціонують в різних сферах науки, функціонують в основному в письмовій формі (хоча існує чимало й усних наукових виступів); характеризуються досить складною синтаксичною організацією, великою кількістю термінів); 5) **художні** (можливе поєднання різних видів текстів залежно від мети автора) [15, с. 79].

«Дискурс – це єдність тексту та комунікативної ситуації», вважає професор В. І. Карасик [18, с. 53]. Виходячи з аналізу підходів щодо визначення дискурсу, а також співвідношення понять дискурс та текст, можна зробити висновок, що дискурс являє собою сукупність текстів (як

результату мовленнєвої діяльності), зв'язаних семантичними, комунікативними та функціонально-цільовими відносинами.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна дійти висновку, що з позицій соціолінгвістики дискурс – це спілкування людей, що розглядається з позицій їх належності до тієї чи іншої соціальної групи або стосовно тієї чи іншої типової ситуації, наприклад, інституційного спілкування. Крім цього, інституційний дискурс протиставлений персональному за ознакою особистісної або представницької орієнтації суб'єктів спілкування.

1.2. Мовленнєвий акт, його структура

Мовленнєвий акт – це відносно новий аспект дослідження фактів мовленнєвої діяльності, який, у той же час, є таким, що викликає дуже багато суперечок та дискусій. У класичній методології цей термін визначається як мінімальна одиниця мовленнєвого процесу.

Розглянутий у попередньому підрозділі «дискурс» має інтерактивну суть; тобто це не тільки дія, але й взаємодія: у комунікативному процесі комуніканти не просто використовують мовленнєві акти та передають ідеї – вони взаємодіють [50, с. 43]. Тому, мовленнєвий акт є не тільки дією, а скоріш – взаємодією, одиницею когнітивно-комунікативного характеру, як і дискурс.

Таким чином, мінімальною одиницею дискурсу можна вважати **мовленнєвий акт** – мовленнєву взаємодію того, хто говорить, та того, хто слухає, задля досягнення певних цілей першого шляхом конструюванням дискурсійного значення у ході мовлення.

За визначенням Н. Д. Арутюнової, мовленнєвий акт – це цілеспрямована мовленнєва дія, що здійснюється відповідно до принципів і правил мовленнєвої поведінки, прийнятими в даному суспільстві; одиниця

нормативної соціо-мовленнєвої поведінки, що розглядається в рамках прагматичної ситуації [1, с. 56].

Поняття мовленнєвого акту збігається з конструюванням конкретного речення (висловлювання) в умовах мовленнєвої комунікації. У мовленнєвому акті беруть участь мовець і його адресат, що мають загальні мовленнєві навички, знання та уявлення про світ, мову і той фрагмент дійсності, який виражається змістом мовленнєвого акту [68, с. 40].

Теорія мовленнєвих актів вперше була складена у межах лінгвістичної філософії під впливом досліджень Л. Вітгенштайна на тему чисельності функцій мови та їх безпосередніх зв'язків із формами життя. Засновником цієї теорії вважається англійський філософ Дж. Остін, лекції якого в Гарвардському університеті були посмертно опубліковані у 1962 р. окремою книгою під назвою «How to do things with words» [49, с. 82]. Але ще раніше проблематика мовленнєвих актів була вже намічена в роботах, присвячених формам мовленнєвого спілкування і поведінки: в працях В. Гумбольдта [13, с. 121-126], Ш. Баллі [2, с. 112-118], С. Карцевського [21, с. 234-238], Л. Якубинського [47, с. 98] та ін.

Пізніше ідеї Остіна були розвинені американським науковцем Дж. Серлем та британцем П. Ф. Стросоновим. Вони висунули наступні положення щодо їх концепції: відповідно до теорії Остіна, кожен мовленнєвий акт являє собою тришарову поверхню, що складається з локутивного, іллокутивного і перлокутивного аспектів [68, с. 45-48].

Локутивний аспект – нецілеспрямоване виголошення речення, що складається зі слів конкретного словника, утвореного за правилами конкретної граматики з властивим йому значенням. Локуції – це породження висловлювання. Часто локутивний аспект поділяють на: фонетичний акт (вимова звуків), фатичний акт (побудова граматично і лексично правильного висловлювання) та ретичний акт (наповнення висловлювання сенсом) [28, с. 72].

Іллокутивний аспект – мовленнєвий акт за його відношенням до наміру і ряду умов його здійснення. Іншими словами, іллокуції – це намір мовця, його ціль, способи досягнення цілі та відношення (сумнів, впевненість, заперечення, тощо). Даний акт вказує не тільки на значення речень, але і співвідноситься з комунікативним наміром мовця [69, с. 59].

Перлокутивний аспект – мовленнєвий акт за його відношенням до результату та наміру впливати на почуття та думки того, хто слухає. Іншими словами, це вплив на адресата, його мислення і дії з метою досягнення результату висловлювання або створення нової ситуації.

Наприклад, наступні три різних дієслова ілюструють різницю між зазначеними аспектами мовленнєвого акту: *He **said** that...* (локутивний аспект), *He **proved** that...* (іллокутивний аспект – процес переконання у чому-небудь), *He **convinced** me that..* (перлокутивний аспект – стан переконаності у чому-небудь).

Крім згаданих вище, дослідниця І. С. Шевченко також виділяє такі аспекти мовленнєвого акту як адресантний, адресатний, інтенціональний, контекстуальний, ситуативний, метакомунікативний, денотативний. Розглянемо кожен аспект більш детально [42, с. 12].

У змісті **адресантного аспекта** відображаються соціальні та ситуативні ролі мовця, а також його комунікативні та психологічні характеристики. Даний аспект має на меті виявити зміст мовлення та його іллокутивну силу. Крім цього, судячи з відомостей про адресанта, адресат може отримати певне враження щодо першого, і, як результат, це може вплинути на подальший сценарій мовлення та поведінку мовця [42, с. 13].

До **адресатного аспекта** відноситься слухач із сукупністю його соціальних та ситуативних ролей, знань про навколишній світ, почуттями, думками, цілями та мотивами. Соціально-ситуативні характеристики слухача важливі для побудови зв'язку адресант-адресат у мовленнєвому акті. Беручи до уваги соціальні та психологічні параметри слухача, а також його відносини щодо адресанта, визначається тональність мовлення (офіційність,

іронічність тощо), тип мовленнєвого акту та подальший сценарій акту або його заміна. Так, наприклад, мовленнєва дія, направлена на ознайомлення інвесторів з результатами роботи компанії за минулий рік, буде відрізнятися від мовленнєвої дії, яка виконується під час одного з гумористичних виступів, своєю офіційністю, відсутністю іронічності, набором лінгвістичних інструментів, обстановкою, тональністю мовлення тощо [42, с. 14].

В інтенційному аспекті представлена низка одних із найважливіших параметрів, які визначають характер мовлення: когнітивний (інтенція вислову виникає у адресанта та може бути розпізнана адресатом за допомогою ментальних процесів), комунікативно-ситуативний, психологічний (мотиваційний) тощо. Оцінити характер комунікативної інтенції вислову або речення та його іллокутивну силу можна тільки у широкому контексті, беручи до уваги інші речення або вислови даного мовлення [42, с. 14].

Можна сказати, що кожен акт безпосередньо пов'язаний з інтенцією або, іншими словами, наміром мовця. Іntenції класифікуються за:

- ступенем пріоритетності реалізованого комунікативного наміру (прямі і непрямі);
- ступенем репрезентації у висловлюванні (експліцитні та імпліцитні);
- характером породжуваних дій (практичні і ментальні);
- ступенем емоційного впливу (сприятливі та несприятливі);
- характером конструйованого мовленнєвого твору (реплікоутворюючі та дискурс-текстоутворюючі) [9, с. 257-260].

Контекстуальний аспект також відіграє важливу роль у процесі мовленнєвого акту між адресантом та адресатом: шляхом вимовляння одного й того ж самого речення у різних контекстах мовець має можливість виконати різні мовленнєві дії. Наприклад, найпростіше речення *I will be at the office tomorrow* може сприйматися учасниками мовленнєвого акту як повідомлення, обіцянка, загроза, оповіщення, попередження тощо. Більше того, у різних контекстах відбувається посилення до різних комунікантів,

денотатів, часу та місця. Саме тому розуміння контексту має значний вплив на сприйняття сказаного під час мовленнєвого акту: не залучений до контексту адресант з великою ймовірністю може неправильно вибудувати своє висловлювання, і, як результат, розмовний акт може закінчитися комунікативною невдачею; і навпаки – не залучений до контексту адресат, ймовірно, не зможе вловити точний зміст сказаного, що також призведе до непорозуміння [66, с. 114-120].

Ситуативний аспект відноситься до соціально-рольового компонента мовленнєвої комунікації та грає велику роль у визначенні інтенції конкретного вислову або речення. Більш того, сам аспект ситуації розглядається як референт мовлення. Як і згаданий вище контекстуальний аспект, ситуація може вплинути на мовленнєві дії та сприйняття висловлюваного, хоча останнє може мати абсолютно нейтральний характер.

Метакомунікативний аспект має на увазі організацію розмови з метою забезпечення успішності даного процесу. Тут розглядаються такі параметри як: шляхи встановлення комунікативного процесу, його робота, мовленнєві елементи, які забезпечують цю роботу, формули та техніки передачі певної інформації та встановлення контакту адресант-адресат. Метакомунікативний аспект часто вміщує безліч психологічних підходів, направлених саме на встановлення контакту між мовцем та тим, хто слухає. Даному аспекту приділяється багато уваги у наш час, оскільки вміння встановити успішний комунікативний процес вважається одним з найголовніших у мовленнєвих актах різних типів [10, с. 55-58].

В свою чергу, **денотативний аспект** передбачає інформаційний зміст висловлюваного, виражає конкретну суть повідомлення. У даному сенсі інформація може сприйматися у вузькому (факти) та широкому значеннях (прихований зміст тощо). Так, наприклад, речення *Земля обертається навколо своєї осі* або *Ват-година і кіловат-година є одиницями вимірювання енергії* можна розглядати як факт у його вузькому значенні, а несвідомі

мовленнєві дії пацієнта, який тільки що вийшов з наркозу, – як засіб отримання медичної інформації для лікаря [10, с. 59].

Отже, підсумовуючи вищезгадане, доходимо висновку, що мовленнєвий акт – це вираз, або мовленнєва дія (або їх сукупність), яка виконується одним мовцем з урахуванням іншого учасника комунікації та має певну мету. У мовленнєвому акті беруть участь адресант та адресат, і він розгортається за певним когнітивним сценарієм. Більш того, мовленнєвий акт є доволі глибоким поняттям, яке вміщує в себе різні аспекти, спрямовані на розгляд, дослідження та розуміння комунікаційного процесу, який виникає між мовцем та слухачем. Знання та розуміння даних аспектів є запорукою успішного мовленнєвого акту і, як результат, повного розуміння сенсу сказаного під час мовленнєвої дії за різних обставин, у різні часові проміжки та з різним контекстом.

1.3. Типи мовленнєвих актів

Мовленнєвий акт – це досить складне явище, яке викликає багато суперечок щодо своєї суті та характеристики, тому досі не існує єдиної класифікації мовленнєвих актів. Їхня типологія досі викликає суперечки. Існування великої кількості класифікацій мовленнєвих актів вказує, перш за все, на практичну затребуваність такої класифікації. По-друге, якщо науковці-лінгвісти досі не дійшли єдиної думки, то ми можемо говорити про складність даної класифікації, що обумовлено різноманіттям мовленнєвих актів та критеріями до їх аналізу. Крім цього, у різних мовах одне й те саме прагматичне значення може виражатися різними мовленнєвими інструментами [30, с. 111].

Більшість учених, які мали на меті дослідити теорію мовленнєвих актів та класифікувати їх за типами, брали за основу іллокутивну спрямованість і комунікативний намір мовленнєвих актів. Основоположною в даній галузі

дослідження є класифікація мовленнєвих актів Дж. Остіна, який центральним моментом в мовленнєвих актах вважав іллокуцію, де виділяється іллокутивна мета, іллокутивний зміст та реченнєвий зміст. За критерієм мети дослідник виділив наступні жанрові типи мовленнєвих актів [30, с. 112].

Вердиктиви. За допомогою них ми виносимо вердикт (рішення), причому цей вердикт не обов'язково повинен бути остаточним: це може бути думка, оцінка або схвалення, прогнозування. Прикладами вердиктивів є речення з такими дієсловами: **convict** (*засуджувати*), **find** (*думати, покладатися*), **rate** (*оцінювати*). Вердиктивний тип мовленнєвого акту можна зустріти при винесенні вироку арбітром або присяжним, оцінюванні відповіді студента тощо.

Екзерситиви – накази, вимоги, поради, примуси, застереження, призначення, попередження. Вони відображають здійснення влади, прав або впливу. *I order to stop!* (*наказ, вимога*). *She advises to go to the hospital* (*порада*). *I insist that we must sign this agreement* (*примус*).

Комісиви – обіцянки, заяви про наміри, зобов'язання. Тобто цей тип мовленнєвого акту зобов'язує мовця зробити певні дії, або його можна розглядати як намір виконати певну дію або прийняти певні погляди. Наприклад: *I swear to love you forever* (*присягнення*). *I plan to start my work at 10AM* (*планування*). *I swear allegiance to the army* (*прийняття поглядів*).

Бехабітиви. Даний тип мовленнєвого акту передбачає реакцію на поведінку або певні життєві обставини інших людей – це може бути вибачення, подяка, вираження симпатії або співчуття, несхвалення, лайка, виклик. Приклади: *Thank you for all your hard work!* (*подяка*). *My condolences, Frank* (*співчуття*), *I apologize for what I did* (*вибачення*).

Експозитиви. Цей тип мовленнєвого акту передбачає використання наступних виразів: дискутування, опис певних подій, доказ певних справ, запитання, нехтування чимось та інформування. Загалом даний тип можна визначити як пояснення, що включає в себе висування точки зору або виклад аргументів. *The author claims that this genre is outdated nowadays*

(стверджування). *Would like to **inform** you that we are having a day off on Monday (інформування). I **deny** the existence of this rule – it is a rudiment (заперечення)* [44, с. 156].

Отже, класифікація мовленнєвих актів за їх іллокутивними силами, яка належить Дж. Остіну, базується на наявності відповідних перформативних дієслів. Вони виступають певними маркерами для визначення типу мовленнєвого акту. Такий підхід викликав критику наслідувача Дж. Остіна – Дж. Серля, який наполягав на розрізненні класифікації перформативних дієслів та іллокутивних актів. Він запропонував свою класифікацію іллокутивних сил, яка не залежить від будь-якої конкретної мови. Згодом дана класифікація стала найбільш прийнятою. Вона заснована на врахуванні трьох основних ознак іллокутивних актів: іллокутивній цілі, напрямі пристосування актів до світу та вираженого психологічного стану мовця.

Іллокутивна ціль або мета – головна частина іллокутивної сили, але вона не вичерпує її повністю. Наприклад, іллокутивна мета прохань і наказів збігається: вони висловлюють спонукання що-небудь зробити, але їх іллокутивні сили різні, оскільки прохання відрізняються від наказів [35, с. 360].

Напрямок пристосування мовленнєвих актів до світу може бути двояким – від світу до слова (наприклад, твердження про стан справ), від слова до світу (наприклад, накази, прохання) і нульовим (наприклад, подяки, вибачення), тобто одні іллокутивні сили мають прагнення зробити так, щоб слова відповідали світу, а інші, навпаки, пов'язані з метою зробити так, щоб світ відповідав словам. Цю різницю в напрямку пристосування можна ілюструвати такими двома списками слів: один з них містить назви продуктів, які збирається купити в магазині покупець, що показує напрямок «від слова до світу», інший список містить назви продуктів, які купив покупець, що показує напрямок «від світу до слів» [35, с. 361].

При мовленнєвому акті виражається **психологічний стан мовця**, тобто його ставлення та намір щодо змісту мовленнєвого акту (бажання,

переконавання, співчуття та ін.). Вияв певного психологічного стану є умовою щирості мовленнєвого акту і може охоплювати різні іллокутивні акти: так, переконавання об'єднує затвердження, декларації, констатації, пояснення та ін., намір – обіцянки, клятви, загрози, бажання – прохання, накази, команди та ін. [31, с. 365].

Грунтуючись на перерахованих ознаках, Дж. Серль виділяє наступні п'ять базисних типів мовленнєвих актів.

Репрезентативи. Даний тип мовленнєвого акту має на меті фіксацію відповідальності мовця за повідомлення (інформацію) щодо певних реальних або ментальних описуваних подій. Репрезентативи можуть бути оцінені за шкалою «істина – неправда». Напрямок пристосування даних мовленнєвих актів розглядається як «від світу до слова», тобто простежується інформування щодо певних подій або речей з життя. Психологічний стан мовця – переконливий. Приклади: *I **claim** that this is the absolutely right way to go about solving this problem* (мовець стверджує). *Our boss **informed** me that we would close the deadline till June 25* (інформування). *The house is **built of** bricks and it has two floors* (опис). *He is a really **kind person*** (характеристика).

Директиви мають на меті побудити слухача до певних дій. Тобто тут ми маємо справу з висловлюваннями, іллокутивна мета яких усвідомлюється як прийняття слухачем у життя певного стану справ, що відповідає інтересам мовця. Іншими словами, директиви – це акти спонування. Напрямок пристосування даних мовленнєвих актів розглядається як «від слова до світу». Наприклад: *My boss **asked** me to prepare the weekly report for tomorrow* (прохання зробити щось). *The Major **ordered** to go to the warehouse and take a training uniform* (наказ). *You **should** use another formula for this case* (порада) [23, с. 167].

Комісиви являють собою вирази, головною метою яких є прийняття мовцем певних зобов'язань стосовно виконання тих чи інших дій або дотримання певного виду поведінки. Напрямок пристосування, як і у директивів, «від слова до світу». До цього типу мовленнєвого акту можна

віднести обіцянки, гарантування, згоди, домовленості, оголошення, обітниця, загрози, планування. Наприклад: *The company **guarantees** salaries payment during the quarantine period (гарантування). I **agree** – we will work 3 times a week (згода). Tiffany **promises** to give up bad habits before entering university (обіцянка).*

Декларативи – висловлювання, іллокутивна мета яких усвідомлюється як встановлення відповідності між змістом висловлювання та реальністю. За декларативним типом мовленнєвого акту мовці мають на меті оголосити деякий стан справ у світі. Напрямок пристосування – «від слова до світу». Прикладами декларацій є призначення на посаду, відлучення від церкви, прийом у партію, оголошення війни, оголошення про відставку, звільнення, виголошення вироків, встановлення порядку денного тощо. Наведемо кілька прикладів: *This letter confirms that your **employment** with Wills Corporation is **terminated** effective immediately (оголошення про звільнення). Your **employment** with D&S has been **confirmed** in the capacity of HR manager (призначення на посаду). Mr. Gryn is **promoted** to Major starting from 01/2021 (підвищення звання).* Умовою успішності декларативних актів служить наявність у мовця відповідного соціального стану, повноважень.

Експресиви являють собою висловлювання, іллокутивна мета яких усвідомлюється як вираження психологічного стану мовця, його ставлення до тієї чи іншої ситуації, спрямованої на керування почуттями співрозмовника. Вони сліднують за діями і не мають напрямку пристосування, оскільки стан справ, що служить приводом для експресивів, становить не основний їх зміст, а тільки передумову. Психологічний стан може бути різним (почуття вдячності, співчуття, провини, виправдання і т. д.). Для експресивів характерні перформативні етикетні дієслова і вирази, що відображають ритуали спілкування між людьми, особливо фразеологізовані кліше, специфічні для кожної мови: *excuse me, thank you, I am sorry, etc.* Також їх називають неінформативними актами мовлення, оскільки вони служать для встановлення мовленнєвого контакту або як позначення того, що

між співрозмовниками існують певні соціальні відносини. *I'm really sorry it happened this way* (вираження співчуття). *Thank you for all hard work team!* (вираження подяки). *I'm so glad to be your friend* (вираження почуття радості або задоволення) [36, с. 58].

Буде некоректним розглядати наведену класифікацію мовленнєвих актів як логічно бездоганну. По-перше, вона може представляти пересічні (змішані) типи, коли деякі з типів мають ознаки різних іллокутивних сил, і, по-друге, дана класифікація мовленнєвих актів не враховує у ряді випадків специфіки іллокутивних цілей, відмінних від прийнятих у даній класифікації. Наприклад, запрошення одночасно можна віднести до мовленнєвого акту типу директиви та комісиви, оскільки воно накладає на мовця зобов'язання забезпечити запрошуваній особі належний прийом. Подібним чином, скарга є одночасно репрезентативом, що відображає стан справ, на які скаржаться, директивом, оскільки спрямована на спонукання вжити відповідних заходів, і експресивом, оскільки виражає незадоволеність мовця станом справ.

Мовленнєві акти можуть бути **прямими** та **непрямими**. Даний розподіл мовленнєвих актів зумовлений тим, що зв'язок між мовленнєвою оболонкою висловлювання та його комунікативною функцією не завжди є однозначним. Таким чином, за допомогою оповідального речення не завжди висловлюється твердження або заперечення, а, на перший погляд, питальне речення може мати на меті спонукання адресата до дії. Вперше непрямі мовленнєві акти було розглянуто Г. П. Грайсом, який виділяє два типи значень висловлювання: про що йдеться і що мається на увазі [56, с. 45]. Прочитавши або прослухавши певне висловлювання, не завжди можна чітко виявити його суть за зовнішньою формою. Тобто деякі мовленнєві акти (висловлювання) можуть використовуватись у значенні інших – іншими словами, мати прихований зміст. А інші акти, навпаки, можна розглядати абсолютно прямо, чітко, як висловлювання певного факту або наказу.

Д. Гордон і Г. Лакофф вважають, що конкретний зміст висловлювання – значення, що передається – визначається, виходячи з того

факту, що висловлювання пов'язане з різними поверхневими структурами, для яких це значення є звичайним і які більш точно виражають те ж комунікативне значення. Висновок реального значення речення здійснюється на підставі логічної репрезентації сказаного [3, с. 58-59].

Прямий мовленнєвий акт прямо називає іллокутивну ціль висловлювання. У ньому простежується відповідність між висловлюваним змістом і мовленнєвою формою, яка його втілює. Так, мета спонукання адресата до дії в мовленнєвих актах спонукання прямо виражається відповідними перформативними лексико-синтаксичними конструкціями, або імперативною формою дієслова. Наприклад: *Прошу тебе звільнити моє робоче місце. Дай мені, будь-ласка, синю ручку. Відправ, будь-ласка, звіт сьогодні до восьмої години вечора* [57, с. 25].

Така сама мета спонукання може бути виражена і завуальовано, тобто за допомогою конструкцій, початково призначених для маркування інших іллокутивних цілей: виявлення бажання, щоб щось було зроблено, питання про майбутні дії адресата або про його здібності здійснити ту чи іншу дію. У даній ситуації мова йде про **непрямі** мовленнєві акти, тобто іллокутивні акти, що здійснюються опосередковано, шляхом використання іншого іллокутивного акту. Мета даного висловлювання не відповідає типу мовленнєвої структури. У таких мовленнєвих актах проявляється неузгодженість між значенням і сенсом висловлювання, між вираженим висловлюванням і змістом, що мається на увазі, між власним і контекстуально-обумовленим (ситуативно-обумовленим) значенням. Таким чином, прямий розгляд висловлювання або буквальне розуміння сказаного призводить до комунікативної невдачі між адресантом та адресатом мовленнєвого акту. Іншими словами, говорячи про одне, автор має на меті сказати абсолютно інше. Мається на увазі більш широкий зміст, а не «сліпе» сприйняття висловлюваного [52, с. 194].

Розглянемо приклад з уривку реального електронного листування між клієнтом, який замовив реалізацію ІТ продукту, та представником компанії,

що виконує дане замовлення (Рис. 1.1). У реченні «*I would like to be able to set admin rights to an account if I am using an admin user*» замовник чітко вказує на бажання мати змогу виконати певну дію. З першого погляду, ми можемо сказати, що це суто прямий мовленнєвий акт, в якому мовець чітко виражає власне бажання до виконання конкретного сценарію – *set admin rights to an account if I am using an admin user*. Але, маючи загальну фонову інформацію щодо контексту, ситуації мовленнєвого акту та мети листування, можна зрозуміти, що адресант має на увазі зовсім не опис своїх бажань або інформування адресата про свої наміри, а навпаки, спонукає адресата до певних дій. Більш того, беручи до уваги той факт, що автором даного виразу є замовник, можна навіть розглядати це як наказ (мовленнєвий акт виду директиви). Таким чином, буквально розуміння сказаного у даному листі може призвести до комунікативної невдачі між адресантом та адресатом мовленнєвого акту, що, в свою чергу, може погано вплинути на розвиток співпраці та прогресу проекту (у даному прикладі – розробці програмного забезпечення).

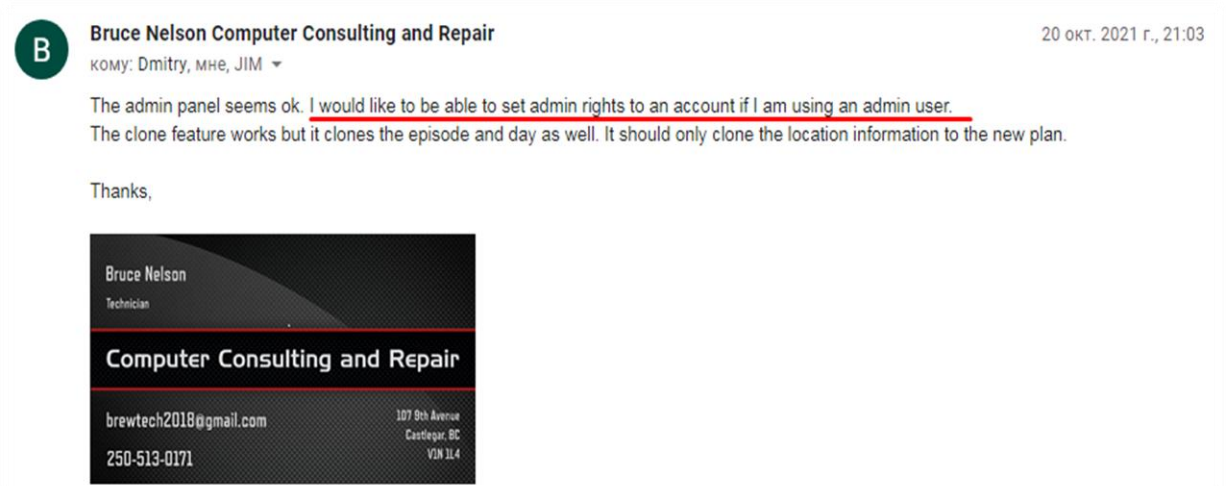


Рис. 1.1. Приклад непрямого мовленнєвого акту у листуванні

Іншими яскравими прикладами непрямих мовленнєвих актів є конструкції, які формально представляють собою питання щодо змоги щось зробити, але у більшості контекстів такі висловлювання сприймаються як прохання про виконання певних дій або дотримання певної поведінки.

Наприклад, висловлювання *Can you give me a pen?* можна розглядати як суто питання щодо можливості дати ручку, яке передбачає відповідь *Yes* або *No*, але очевидно, що адресант має на увазі саме прохання задля виконання адресатом певної дії. *Could you be quiet?* також можна сприймати як питання, чи може адресат бути тихішим, але очевидно, що дане висловлювання виступає проханням змінити свою поведінку та вести себе тихіше.

Наведемо ще один приклад з реального електронного листування між працівниками ІТ-команди (Рис. 1.2). З першого погляду, питання від мовця щодо можливості адресата подивитись на проблему можна розглянути як прямий мовленнєвий акт, який очікує на відповідь тільки «так» або «ні». Але розглянувши ситуативний контекст і взявши до уваги ролі учасників мовленнєвого акту (адресант є головним технічним менеджером, а адресати – розробниками програмного забезпечення), можна дійти висновку, що дане речення є непрямым мовленнєвим актом, виражає прохання виконати певні дії та очікує розгорнутої відповіді. Слід відзначити, що особа, яка не знайома з ситуативним контекстом та ролями даного мовленнєвого акту, не зможе чітко зрозуміти намір адресанта, що, більш ймовірно, призведе до неправильного подальшого розвитку сценарію з боку адресата.

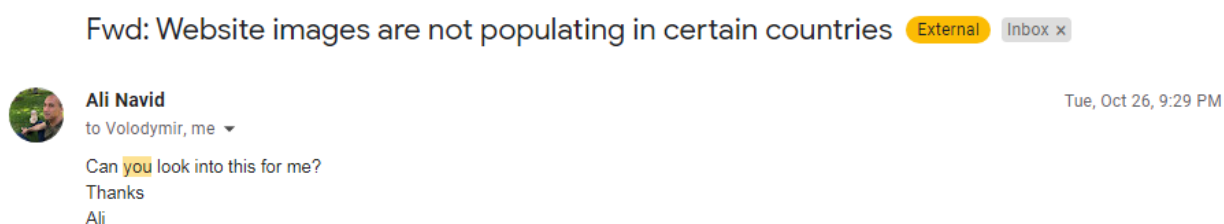


Рис. 1.2. Приклад непрямого мовленнєвого акту, вираженого завуальованим питанням

Подібні приклади також можуть мати певний маркер, який точно вказує на те, що вислів є непрямым і призначений для маркування інших іллокутивних цілей. Це прохальне слово «please». Його додавання до питальних речень (які передбачають прохання у непрямому змісті) дає

адресату точний знак, що мова йде про прохання, а не про зацікавленість мовця щодо певних можливостей адресата: ***Can you give me a pen, please?*** ***Could you please send me a link to the article you mentioned today? I really like the way you sing this song.*** ***Will you sing to me again later, please?***

Цікавим прикладом функціонування непрямих мовленнєвих актів є звернення до адресату (певної конкретної особи) тільки задля створення певного символічного характеру та впливу на контекст. Тобто, в даних ситуаціях висловлювання направлене не на особу, до якої звертаються, а скоріше на аудиторію (наприклад, при виступі з промовою), або на одну з осіб, яка присутня при здійсненні мовленнєвого акту. Так, наприклад, звернення одного співробітника до іншого з висловлюванням ***Don't you think that John should prepare his part in the first instance?*** у присутності того самого Джона, можна розглядати не як запитання з метою дізнатися думку співробітника, а як спонукання Джона до дії, або якнайменше надання цьому обговоренню певної уваги з боку Джона.

Дж. Серль розмежовує **первинний** та **вторинний іллокутивні акти**, першим із яких буде зміст того, що передбачається, другим – безпосередньо відтворення, буквальный зміст висловлювання. Тобто вищезгаданий приклад непрямого мовленнєвого акту *Can you give me a pen?* має обидва іллокутивні акти, які не збігаються між собою (передбачається прохання, а буквальный змістом є питання). У свою чергу, приклад *Tiffany **promises to give up bad habits before entering university*** має обидва іллокутивні акти, які збігаються між собою (передбачається та констатується обіцянка щодо певних дій). Таким чином, прямий мовленнєвий акт – це такий мовленнєвий акт, первинний і вторинний іллокутивні акти якого збігаються, непрямий мовленнєвий акт – такий мовленнєвий акт, первинний і вторинний іллокутивні акти якого не збігаються [36, с. 65].

Отже, підсумовуючи вищерозглянуті приклади непрямих мовленнєвих актів, можемо класифікувати їх за типовими репрезентаціями: питання у значенні прохання (*Could you please take this part? Will you be able to write the*

essay for me till Monday, please? Can you prepare the report till tomorrow morning?), питання у значенні твердження (*Are you sick? How much longer will we endure this injustice? Are they bullying us?*), питання у значенні міркування (*Should we really terminate the contract? Do you think it is worth spending two weeks more on preparing current concept? Are we definitely ready to abandon this approach?*), питання у значенні пропозиції (*How about taking a break? What do you think about going to the café at 3 PM tomorrow? Don't you mind to take part in the next meeting?*), питання у значенні оцінки (*Are not you a little short to play basketball? Are not you too experienced in this sphere to work on such simple projects and get such a small salary? Is not it too late to start writing the diploma?*), питання у значенні заперечення (*What could I do in that case? Should I refuse the offer and go to look for a new job for another year again? Do you really think I could do this?*) та питання у значенні відмови (*Please wash the dishes - Should I still make repairs in the apartment? Are you available for a meeting tomorrow at 2 AM? - Are you suggesting that I shouldn't sleep at all? Let's go to the cinema tonight – But who will look after my little brother?*).

При використанні непрямих мовленнєвих актів адресант повинен розраховувати на певну мовленнєву обізнаність адресата, на його розуміння та знання іллокутивних функцій та вміння їх виокремлювати. Оскільки яскравою ознакою непрямих актів є ідіоматичність, яка характеризується ускладненістю способу вираження змісту та його більш глибокого наповнення, слід звертати на це велику увагу, наприклад, при перекладі повідомлень з однієї мови на іншу, або при комунікації з адресатом, який не є носієм мови, тому що є вірогідність несприйняття сказаного. Тобто в таких випадках слід враховувати психофізичний стан адресата, його освіту, соціальні та професійні параметри, особистісні якості адресата тощо [29, с. 15].

Широке використання непрямих мовленнєвих актів пояснюється, перш за все, прагненням мовця знизити категоричність висловлювання. Особливо це важливо в тих випадках, коли прямі мовленнєві акти звучать недостатньо

коректно, в той час як непрямі забезпечують можливість подальшого мовленнєвого та немовленнєвого співробітництва комунікантів. При цьому неузгодженість може варіюватися в певних межах: наказ може бути виражений у вигляді прохання, поради, питання або констатації, але мало ймовірний у вигляді компліменту. Головним мотивом використання непрямих мовленнєвих актів є принцип ввічливості, який часто грає вирішальну роль у формуванні висловлювання і у відборі мовленнєвих форм вираження комунікативної мети. Ввічливість виступає як принцип соціальної взаємодії, в основі якого лежить повага до особистості партнера мовленнєвого акту [53, с. 113-114].

Можемо зробити висновок, що мовленнєві акти є досить складними явищами за своїми характеристиками та з огляду на їх класифікацію. Більшість типів мовленнєвих актів пересікаються між собою та не можуть бути чітко диференційовані один від одного. Це обумовлено складністю їх аналізу та їх кількістю загалом. Центральним аспектом у класифікації мовленнєвих актів є іллокуція, або їх іллокутивна мета. Саме з урахуванням іллокуції того чи іншого мовленнєвого акту ми можемо надати йому певну класифікацію або віднести його до певного типу. У своїй класифікації мовленнєвих актів Дж. Остін розрізняє вердиктиви, екзерситиви, комісиви, бехабітиви та експозитиви. Дана класифікація розроблена з урахуванням іллокутивних сил та визначається за наявністю відповідних перформативних дієслів. Наслідувач Дж. Остіна – Дж. Серль – наполягав на розрізненні класифікації перформативних дієслів та іллокутивних актів і запропонував класифікацію, засновану на врахуванні трьох основних ознак іллокутивних актів: іллокутивної цілі, напрямі їх пристосування до світу та вираженого психологічного стану мовця. Як результат, Дж. Серль виділяє 5 основних типів мовленнєвого акту: репрезентативи, директиви, комісиви, декларативи, експресиви. Також виокремлюють мовленнєві акти прямого та непрямого типу, кожен з яких має свої особливості та передбачає знання іллокутивних функцій задля кращого їх розуміння.

РОЗДІЛ 2

ТИПИ КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Комунікація між учасниками проєктів

У сучасному світі майже кожна людина стикається з термінами «проєкт» та «комунікація». Вони стали дуже популярними у наш час, їх можна почути будь-де: при перегляді політичних новин, на семінарах, форумах, на роботі тощо. Обидва терміни тісно взаємопов'язані між собою. Здається, вони отримали таку популярність та широке застосування зовсім недавно, але насправді вони завжди викликали неабияку цікавість у людей, які працюють в різних галузях. Спробуємо детальніше розібратися у цих термінах.

Проєктом можна назвати сукупність певних процесів, що спрямовані на створення нового предмета, продукту або послуги. Проєкт має певні рамки щодо часу виконання, використання ресурсів та вимог [63, с. 35]. Проєкти можуть бути досить різними: проєкт з відбудови мостів, проєкт розробки стратегій маркетингу, проєкт популяризації англійської мови серед учнів 1-3 класів, ІТ-проєкт і т. п. Всі ці проєкти об'єднує один важливий факт: кожен з них має своїх учасників, і ці учасники мають між собою комунікувати.

Комунікація – процес взаємодії між людьми та групами людей, які мають на меті обмін та передачу інформації, або ж відомостями. Комунікації проєкту загалом – це ефективний обмін інформацією між учасниками проєкту [51, с. 28-29].

Жоден проєкт або будь-яка колективна діяльність не може існувати без внутрішньої комунікації між її учасниками. Так, наприклад, автор даної кваліфікаційної роботи комунікує з викладачем або іншими студентами задля обміну інформацією, інакше, з вірогідністю у 70%, сукупність процесів, необхідна для виконання проєкту, не може бути цілісною та коректною, а

проект можна вважати невдалим. Гарно збудована внутрішня комунікація між учасниками будь-яких колективних проектів прискорює час виконання проекту, його якість, обізнаність учасників та підтримує роботу у необхідному руслі.

З приходом у світ пандемії та переведенням більшості людей на дистанційну діяльність неабиякої популярності набули онлайн-проекти. Проте новий формат проектів не означає припинення комунікації між їх учасниками. У них простежується наявність великої кількості комунікативних блоків між учасниками та їх різні варіації. Кожен блок має своє місце на тлі проекту та використовується учасниками з дотриманням певних правил та положень.

Воркшоп (Workshop/Kick-off meeting) зі збору вимог проекту (див. Рис. 2.1). Даний тип комунікації передбачає визначення та максимальну оптимізацію вимог щодо виконання проекту. Учасниками виступають представники сторони замовника проекту та представники команди, яка буде виконувати основну роботу. Ціль воркшопа – отримати чітко сформований список вимог, який задовольнив би кожного учасника. Такий вид комунікації передбачає, що всі учасники комунікації ознайомлені з основними ідеями проекту та можуть брати участь у обговоренні та визначенні чіткого списку вимог [58, с. 269].

In the closing summary session, some topics were discussed that were not covered and where only little or no work has been published. One mayor topic was on key performance indicators for CSE, e.g. what metrics could be applied to assess the quality of CI/CD processes or artifacts like deployment pipelines. Those metrics could be used to monitor the evolution and to get early feedback if the quality of processes or artifacts decrease.

Another discussed topic was, how universal CI/CD approaches are regarding the different software development domains and their specific requirements. The question appeared, what is common for the different CI/CD approaches applied in industry. In this context, solutions for integrating existing legacy systems into CI/CD processes are needed.

We want to summarize the central results of the workshop by proposing some key challenges for CSE research and education in the future.

- Develop a conceptual framework for CSE methods, techniques and processes
- Derive best practices and patterns from real life experience
- Develop metrics and KPIs to assess CSE and its implementation.
- Extend SE teaching by including CSE topics and by cooperating closely with industry

Рис. 2.1. Уривок зі звіту щодо проведеного воркшопу

Планування реалізації проєкту. Після того, як команда сформує чітко визначені вимоги, вона може перейти до планування своєї роботи. Ціль даного блоку – чітко розподілити задачі проєкту по групам (зазвичай Sprints – групи задач, які діляться на 2 тижні роботи команди для кожного Sprint). Тут передбачається задіяння всіх учасників команди і їх активна участь у обговоренні планування. Планування є одним з найважливіших процесів побудови злагодженої роботи команди. Невдале або некоректне планування з неправильним розрахунком потрібного часу на виконання певного об'єму задач зазвичай приводить до неможливості з боку команди вчасно виконати задачі поточного Sprint, та, як результат, до перепланування, зміни пріоритету задач, перерозподілу ролей.

A	B	C	D	E
Sprint	Mini Sprints	Epic	Ticket	Item ID
5		Load Tenders Module		FM - 428
	A		Update left navigation	FM - 429
			Establish connection between broker saas and carrier TMS	FM - 434
			Build page template (dashboard filters, tabs, data table)	FM - 430
	B		Direct Tenders tab	FM - 431
	C		Accept Tender Flow	FM - 432
	D		Reject Tender Flow	FM - 433
		Complete Tasks From Sprint 4 - #1		FM - 442
	E		Invoices > Export Invoices List: CSV has empty data	FM - 177
			Load Creation > Pickup / Dropoff contact person optional	FM - 325
			Truck / Trailer VIN number does not change after saving	FM - 326
			Trailer VIN # does not change after saving	FM - 327
			Trailers > Trailers List - Status filter does not work	FM - 44
			Load Creation > Trip Details > Appointment type blocker	FM - 144
			Load Options > Documents > Documents List > Batch Download not working	FM - 48

Рис. 2.2. Приклад формування Sprints

Розподіл ролей – передбачає призначення кожного працівника проєкту на певний вид задач (або певний набір задач), виконання певних зобов'язань під час реалізації проєкту тощо. У розподілі ролей беруть участь керівники (менеджери) проєкту, або інколи й вся команда. Слід зазначити, що ролі можуть змінюватись у процесі ведення проєкту (у зв'язку зі зміною пріоритету задач, нестачею ресурсів тощо). Під час розподілу ролей до уваги беруться професійні вміння та особистісні навички працівника. Так, наприклад, роль працівника, який не знає англійської мови, як учасника

зустрічі, що відбуватиметься на іноземній мові, буде некоректною та, звісно, призведе до непорозуміння.

Командна робота (team work) – це спільні зусилля групи для досягнення спільної мети або виконання завдання найбільш ефективним способом. Уся діяльність працівників у рамках проєкту може називатись командною роботою.

Під час роботи над проєктом, важливим етапом є збори – **мітинги (Meetings)**. Це зібрання двох чи більш людей, які мають на меті обговорити певну тему, питання, інформацію стосовно проєкту. Зазвичай мітинги є запланованими. Наприклад, *Daily standup meeting*, який проводиться кожного ранку з метою обговорити план роботи кожного учасника команди на день, або координувати діяльність всієї команди.

Координування діяльності учасників проєкту – певний ряд дій з боку керівника проєкту (зазвичай, менеджера проєкту), спрямований на аналіз та планування діяльності кожного учасника проєкту з метою правильного розподілу зобов'язань та дій кожного учасника. Даний вид діяльності всередині проєкту зазвичай проводиться за допомогою певних операцій, до яких відносимо: мітинги, аналіз прогресу команди, звітування з боку учасників команди, постійна комунікація між учасниками команди тощо. Якщо мова йде саме про онлайн-проєкти, то тут важливим фактором є вміння учасників команди ефективно комунікувати між собою в **онлайн-воркспейсах** (цифрові інструменти, які надають можливість корпоративного спілкування, ведення звітування, документації, створення та розподілення задач тощо) [70, с. 341].

Корпоративне спілкування – це процес взаємодії учасників комунікації, де простежується обмін інформацією та досвідом. Даний вид спілкування має на меті, перш за все, проінформувати та донести до учасників комунікації певні завдання, цілі, плани тощо. Саме це і є відмінною рисою корпоративного спілкування від звичайного, буденного спілкування. При корпоративному спілкуванні зазвичай спостерігається

використання професіоналізмів, які створюються учасниками проєкту у ході роботи над проєктом або вже є відомими у даній галузі.

Звітування – важливий вид діяльності команди, який проводиться всіма учасниками проєкту окремо, групами учасників чи керівництвом команди від імені всієї команди. Може бути виконано як в усній, так і в письмовій формі. Мета звітувань – підвести певний підсумок роботи на проєкті (затрачений час, фінансування, об’єм виконаних робіт, удосконалення тощо).

Говорячи про комунікацію при веденні проєкту, слід зазначити, що комунікація може відбуватися на різних рівнях. Перш за все, це вищезгадана взаємодія всередині команди, яка є «серцем» проєкту. Тут існують такі аспекти як формування команди, командні взаємовідносини, організаційна структура, керування командою та вирішення проблем всередині команди. Успішність кожного з цих пунктів впливає на успішність самого проєкту. Крім цього, комунікація може відбуватися не тільки між членами команди. Тут маються на увазі зустрічі зі стороною замовника проєкту або її представників. На перших етапах проєкту дана комунікація простежується при проведенні воркшопів із визначення вимог проєкта та плануванні. Коли проєкт вже у роботі, зазвичай така комунікація проходить з метою звітування.

Слід звернути увагу, що якість кожного згаданого вище виду комунікацій залежить від якостей та вмінь кожного учасника проєкту вести дані комунікації та працювати у команді загалом. Мова йде про **Soft Skills** – так звані гнучкі навички. Це комплекс надпрофесійних вмінь, які впливають на та відповідають за ефективну участь у робочому процесі певного учасника проєкту. Дані навички не пов’язані з певною сферою діяльності, але саме вони впливають на успішність проєкту, час виконання певного виду робіт, продуктивність команди та будування корпоративної комунікації.

Гнучкі навички включають у себе майже всі форми взаємодії команди, згадані вище. Перш за все, це **комунікативні навички** – уміння грамотно

спілкуватись як в усній, так і в письмовій формі, доносити інформацію чітко та лаконічно, дотримуючись певного формату. По-друге, **вміння виступати публічно**. Зазвичай це стосується менеджерів проєкту, які майже кожного дня мають виступати перед своєю командою та доносити, наприклад, план робіт на день чи висвітлювати певну інформацію стосовно проєкту. По-третє, **навички роботи у команді**. Сюди входять вміння міжособистісного спілкування, щоб налагодити комунікацію з колегами, вміння делегувати відповідальність, вибудовувати ефективне спілкування, досягати спільну мету тощо. Наступним пунктом є **навичка керування часом** (або як її ще називають – таймменеджменту). Вона є важливою при проведенні зустрічей, плануванні задач та координуванні роботи команди загалом. Дана навичка може здаватись дуже простою, але вона є однією з найважливіших. Не менш важливими є **гнучкість та адаптивність** працівника. Більшість видів діяльності вимагають певного рівня гнучкості, адаптивності і здатності змінюватися, пристосовуватися. Важливо вміти поглянути на проблему з різної перспективи і при зміні ситуації коригувати свій робочий процес.

Отже, підсумовуючи все вищерозглянуте, можна дійти висновку, що комунікація між учасниками команди – це досить складний процес, який вимагає неабияких вмінь та професіоналізму з боку кожного учасника проєкту. Цілий ряд факторів має великий вплив на успішність роботи команди, а вміння комунікувати загалом є запорукою життєздатності проєкту. Всі розглянуті процеси продовжують стрімко розвиватися, що вказує на їх затребуваність та ефективність.

2.2. Лінгвальні особливості комунікативних текстів

Людина, будучи частиною суспільства, схильна до впливу технічного прогресу, який в умовах глобалізації світової спільноти, безумовно, призводить до виникнення і розвитку абсолютно нових способів спілкування,

які ведуть у віртуальні форми реалізації в комп'ютерних комунікаційних мережах. Технологічний прогрес призводить до виникнення і розвитку нових способів спілкування. Однією з яскравих особливостей сучасності є стрімкий розвиток засобів цифрового онлайн-спілкування, що знаменує появу нової форми інформаційного обміну в просторі, сконструйованому за допомогою цифрових технологій.

Говорячи про особливості комунікативних текстів у рамках онлайн-проектів, слід розглядати комунікацію як у письмовій формі (яка, насправді, використовується частіше), так і в усній. Обидві форми мають як спільні риси, так і свої специфічні особливості.

Усна форма комунікації в межах проектної діяльності зустрічається, наприклад, при проведенні мітингів, зустрічей із замовниками проекту, обговоренні планів проекту. Даний вид комунікації в рамках онлайн-проектів використовується рідше, ніж письмова комунікація, але є не менш важливим.

Письмова форма комунікації простежується у використанні великої кількості цифрових програм для онлайн-спілкування, обміну інформацією та координування. Сюди входить онлайн-листування, чати, ведення документації, дошки з планування та координації задач команди.

Перш за все, обидві форми комунікації мають спільну рису – в них переважає **офіційно-діловий стиль мовлення**. Офіційність реалізується за рахунок домінування у текстах комунікації особових іменників у множині *you, we*. Крім цього, спостерігається використання неперсоніфікованих звернень *Dear Sirs, Dear Team*. Учасники комунікації передають інформацію стисло, використовуючи тільки офіційну ділову інформацію. Форма викладу досить строга, використовується тільки ділова лексика.

Хоча діловий стиль все ще залишається домінуючим у процесі онлайн-комунікації при веденні проектів, учасники часто намагаються знизити офіційність та наблизитися до **розмовного стилю**. Зазвичай це відбувається всередині команди (де учасники комунікації добре знають одне одного), рідше – поза командою (наприклад, на рівні спілкування зі стороною

замовника). Таким чином, спостерігається використання розмовної лексики (*Hey guys, what's the progress on current sprint? I really want to check it – **bring it on.** Dude, be ready with your report*), окличних речень (*Yay, that's an impressive work! Awesome progress as usual, team! I cannot wait to test it!*), переважають діалоги з явним характером невимушеності та непередбачуваності (*I am on my way to the office now - so let's discuss the plan for today very short and then I need to hop off to another meeting. I don't really know what's the meeting plan – but let's continue it, I will sort it out as we talk. Sorry for the noise, I'm in a cafe near the office right now - tell me what's new on your end*).

Наступною характерною особливістю комунікативних текстів є їх **стислість та точність**. Головна мета комунікативних текстів при веденні онлайн-проектів – це чітко й ясно донести інформацію та дійти певного висновку. Більш того, важливо, щоб це зайняло якомога менше часу. «*Hi Team. Here are the notes from today's Daily Standup & Mid-Sprint Review meetings. Please check them out and let me know if you have any questions...*». У даному уривку електронного листа чітко та явно простежується, з якою метою пише адресант, одразу зрозуміло про що йде мова, автор не надає будь-якої «екстра» інформації та пропонує тільки найголовніше.

Тексти комунікації завжди **мають адресата та несуть певну інформацію**. Створюючи комунікативний текст, автор завжди направляє певну інформацію на певну особу або групу осіб. Наприклад, у тексті з попереднього абзацу «*Hi Team. Here are the notes from today's Daily Standup & Mid-Sprint Review meetings. Please check them out and let me know if you have any questions...*» автор чітко звертається до певної групи осіб з певною інформацією. Розуміння з боку автора, кому адресовано певну інформацію, є досить важливим фактором, адже інформація повинна бути правильно сприйнятою. Інакше це може призвести до непорозуміння серед учасників команди та, як наслідок, до зайвої непотрібної комунікації.

Не дивлячись на те, що текстова комунікація онлайн-проектів може проходити в рамках різних тем, ситуацій та галузей, структура тексту завжди повинна залишатись **логічно сформованою, послідовною та чіткою**. Тут не можуть зміщатись хронологічні та логічні плани, інформація подається у повному обсязі та без розмиття кордонів певних епізодів. Все це слугує створенню розуміння адресантом інформації, яка надається. Якщо частина інформації, яка подається у комунікативному тексті, розмивається, приховується або є не однозначною, то мету комунікації буде досягнуто не повністю. *«Hi Team. We have a Mission Alignment meeting tomorrow. Just a reminder to send Chris your weekly update. A few bullet points should be fine. Please send your update no later than tomorrow at 9AM PST if you want it included in the weekly update. Thank you»*. Дане повідомлення слугує яскравим прикладом логічно сформованого, послідовного та чіткого тексту комунікації. Автор вказав причину повідомлення – *We have a Mission Alignment meeting tomorrow*, потім чітко вказав на мету повідомлення – *Just a reminder to send Chris your weekly update. A few bullet points should be fine. Please send your update no later than tomorrow at 9AM PST if you want it included in the weekly update*. Уривок має логічно сформований «ланцюжок» подій, що сприяє чіткому розумінню поданої інформації, а отже, відповідає меті комунікаційного процесу.

Останньою важливою особливістю комунікативних текстів є **національно-культурна та часова обумовленість**. Хоча вона зустрічається досить рідко, слід все одно розуміти, що мова, якою ведеться комунікація, представляє сформовані часом особливості народу, якому ця мова належить. На це слід звертати увагу при міжмовній комунікації. Адже, певна інформація може бути сприйнята некоректно. Яскравим прикладом є фразеологія. Так, наприклад, питання з боку замовника проєсту *«Any roadblocks?»* може бути сприйняте не як *«Чи є у вас певні труднощі у роботі?»*, а як *«Чи є у вас дорожні перешкоди?»*. Крім цього, менш пов'язаним з мовленнєвим аспектом, але не менш важливим, є момент

часової різниці. Зазвичай це стосується команд, у складі яких є працівники, що проживають у різних країнах світу. Будь-яке планування може бути невдалим, якщо хтось із команди неправильно зорієнтується у часі. Наприклад, Джуді, яка живе у Сполучених Штатах (Каліфорнія) та планує мітинг наступним чином – *Will meet you guys tomorrow morning again and we will discuss all the remaining points* – очевидно, що має на увазі завтрашній ранок саме за Тихоокеанським часом (у тому часовому поясі, де вона живе). В той час як працівник з України має зрозуміти часову обумовленість та порахувати, о котрій годині пройде мітинг за його часом. Хоч сучасні онлайн-календарі та планувальники враховують всі деталі, даний пункт все одно слід брати до уваги.

2.2.1. Лексико-стилістичні характеристики текстів проєктної комунікації

Продовжуючи тему комунікації певної групи людей (команди) у рамках онлайн-проєктів, слід зауважити на тому, що такі проєкти існують та функціонують у певній сфері діяльності. Наприклад, майже всі вищезгадані приклади для практичної частини кваліфікаційної роботи були взяті з ІТ-сфери. З тим самим успіхом можна розглядати сферу машинобудування, маркетингу, лісової промисловості тощо. Тобто важливим є те, що кожна зі сфер має свої особливості – певне лексичне наповнення комунікаційних текстів, що обслуговують сферу, терміносистему, способи передачі інформації та ряд професіоналізмів, які притаманні тільки даній галузі.

Менш цікавими, але не менш важливими є **загальновживані нейтральні слова**, які становлять більшу частину лексичного складу комунікації. Сюди можна віднести такі слова як *air, to find, information, to know, man, product, solution, today, word* і т. д.

Однією з найголовніших характеристик текстів проєктної комунікації є активне використання **термінів**. Як було сказано вище, кожній сфері притаманний свій набір термінів, які часто вживаються для надання інформації або обміну нею. У сфері ІТ терміни навіть можна розділити на блоки за сферою їх функціонування. Наприклад: мобільна розробка (*App Installer, emulator, geolocation, Push Notification, SDK*), веб-розробка (*authenticator, certificate, client, component, function*), десктоп-розробка (*device enrollment, encryption, environment, event, fragment*), серверна розробка (*API, callback, library, local, node, store*), DevOps інженерія (*build, cloud server, crash, deployment, domain, pull*) тощо.

Професіоналізми – це група слів або виразів, які зазвичай використовуються членами певної групи людей, задіяних у конкретній сфері, або відносяться до однієї професії. До професіоналізмів можна віднести назви знарядь виробництва, назви трудових процесів, різні професійні означення понять, технологій тощо. У більшості випадків професіоналізми можна вважати неофіційними розмовними заміниками термінів. Вони зазвичай створюються не з урахуванням якихось логічних умовиводів, а зі створенням певної образної асоціації, яка зрозуміла для певної групи людей, що працює у сфері впродовж якогось часу [60, с. 157].

Прикладами професіоналізмів ІТ-сфери в англійській мові можна вважати: *merge* (злиття версій коду певного додатку; від самого початку це була назва команди у системі керування версіями проєкту), *opportunity* (мається на увазі можливість реалізації нового виду додатку), *deploy\deployment* (розгорнення, налаштування та інсталяція проєкту у його середовище), *setup environment* (мається на увазі налаштування середовища задля подальшого розгорнення в ньому проєкту), *crash* (зупинення роботи додатку через певну несправність), *bug* (помилка у програмі, що, як результат, веде до некоректної роботи додатку), *sandbox* (спеціальне тестове середовище для запуску та безпечного тестування додатків), *open source product* (програмне забезпечення\додаток з відкритим вихідним кодом) тощо.

Характерним є також вживання канцелярських **штампів**, відтворених лексико-фразеологічних одиниць, які співвідносяться з часто повторюваними ситуаціями, поширеними поняттями. Знання та розуміння таких штампів полегшує написання певного виразу або усний виступ перед колегами. Наприклад: *taken into account, within reporting period, as discussed earlier, as you can see, it has been issued to submit, as far as I know, our meeting's agenda is, far from it, etc.*

Говорячи про комунікацію англійською мовою, не можна не згадати про **фразові дієслова**. Дані словосполучення складають велику частину англійської лексики під час процесу проєктної комунікації. Крім того, дані конструкції поступово виходять за межі розмовного стилю мовлення та охоплюють навіть ділові переговори. Короткі фрази, у яких може мінятися лише друга частина словосполучення (прийменник) можуть набувати абсолютно різних семантичних значень. Широке використання фразових дієслів зростає у зв'язку з швидкоплинним розвитком інформаційних систем: конструювання викладу з точки зору його семантики передбачає прийнятне співвідношення між стислістю та ємністю, конкретикою та повнотою інформації. Фразові дієслова мають гарну властивість, за якою вони витісняють складні конструкції та заміняють їх, не втрачаючи високий рівень моделювання подачі інформації. Розглянемо приклади вживання фразових дієслів. *I need to give my report quickly and **hop off** to another meeting. Let's **kick off** with short presentation of the project goals. I know you have questions, so **fire them out**.*

Ще однією важливою лінгвальною особливістю комунікації в онлайн-проєктах є широке використання **аббревіацій та усічень**. Цікавим є той факт, що дані форми широко вживаються не тільки у писемному, а й в усному мовленні. Тобто ще раз можна наголосити на тому, що однією з найважливіших цілей, яку переслідують адресанти при діловій комунікації, – це стислість викладу та скорочення виразу. Наведемо приклади: *AFAIK* (as far as I know), *ASAP* (as soon as possible), *ATM* (at the moment), *BRB* (be right back),

B2W (back to work), *IMHO* (in my humble opinion), *PLS* (please), *THX* (thanks), *TTYL* (talk to you later), *u* (you), *r* (are), *U 2* (you too), *CUL8R* (see you later), etc. Приклади скорочень, що зустрічаються в усному мовленні: *I won't* (I will not), *I've* (I have), *gonna* (going to), *gotta* (got to), *wanna* (want to), *cuz* (because), *gimmie* (give me), *lemmie* (let me), *kinda* (kind of), *lotta* (lots of).

Наступною групою лексичного наповнення аналізованих комунікаційних текстів є **неологізми**. Слід зауважити, що велика кількість неологізмів створюється саме при проведенні даної комунікації. Але у більшості випадків вони не виходять за межі групи даних комунікантів та залишаються зрозумілим тільки їх авторам. Розглянемо неологізми, які все ж стали популярними: *ticket* (одна з задач на цифровій дошці для планування або ведення проєкту), *onboarding* (процес реєстрації користувача), *roadblock* (певна проблема, яка виникає при роботі), *workation* (відпочинок, при якому робітник продовжує працювати), *mistext* (надіслати повідомлення не тій людині) тощо.

Значну роль в текстах онлайн-комунікації грають **службові (функціональні) слова**, що створюють логічні зв'язки між складовими всередині речення. У даному випадку характерні такі конструкції: *whether ... or, both ... and, as ... as, before, on (upon), apart from, together with, owing to, due to* тощо.

Досить цікавим є спостереження щодо вживання **артиклів** у реченнєвих конструкціях проєктної комунікації. Перш за все слід нагадати, що головною функцією артикля є визначення іменника, з яким він вживається. А отже, артиклі вказують на категорії означеності або неозначеності іменника. Для проєктної комунікації частим є випадок, коли артикль просто опускається. *Let's plan next meeting for Monday 25. Deployment was successfully approved by Ali. Last requirements were not taken into account while your 2-weeks development.* Найбільш очевидною причиною даного явища може бути низький рівень знання мови, а саме правил вживання артиклів у комунікантів. Оскільки англійська мова є найрозповсюдженішим

інструментом комунікації у досліджуваній сфері (ІТ), не дивним буде припущення щодо рівня знання даної мови з боку багатьох комунікантів, які змушені спілкуватися саме англійською під час роботи в онлайн-проектах.

Але зустрічаються випадки, коли артикль опускається й носіями мови. Так, наприклад, матеріалами для вищезгаданих прикладів упущення артиклів послуговували уривки з реальних реплік, отриманих від учасників проєкту, які проживають у Сполучених Штатах, а тому буде хибним припускати низький рівень знання мови у даних комунікантів. Як результат, можна дійти висновку, що такі упущення можуть допускатись навмисно: це сприяє скороченню висловлювання та економить час на виконання мовленнєвої дії. Деякі короткі повідомлення можуть вміщувати три-чотири артикли, що може негативно впливати на економію та редукцію мовленнєвого процесу: *The last approach could show us **the** importance of using **the** MQTT protocol*. Проте, з цього постає інше питання щодо втрати ефекту визначеності/невизначеності іменника, що також може спотворювати сприйняття інформації з боку адресата. Тут слід взяти до уваги той факт, що учасники комунікативного процесу обмінюються повідомленнями у рамках певного інституту та чітко розуміють адресата свого повідомлення, а отже у більшості випадків вони всі добре знайомі з використовуваними термінами та не стикаються з проблемою означеності/неозначеності.

Досить рідко у проєктних комунікаціях, але, все ж таки, зустрічається використання **тропів**. Зазвичай, мовець вдається до вживання даних фігур, коли мовленнєва дія відходить від головної суті справи і наближається до обговорення чогось опосередкованого: при щирій подяці за проведену роботу, з метою розрядити обстановку, посилити ефект сказаного тощо. Так, наприклад, комуніканти вдаються до зіставлення двох об'єктів з ціллю посилити характеристики одного з них. Тобто мова йде про використання **порівнянь**: *At this milestone, you were **as fast as a racer!** Everything is **moving like clockwork** – we are close to the finishing. With this bug, our app **looks like a beaten dog**, we need to fix it ASAP*. Крім порівнянь в проєктних текстах інколи

можна зустріти надмірні перебільшення, тобто **гіперболи**. Розглянемо приклади. *Now it processes **fast as lightning**, good job on optimization! I told you **100 times**: stop using this method. I was **scared to death** when I found this problem 2 minutes before the presentation.* Використання слів у їх переносному значенні (**метафоризація**) є розповсюдженим прийомом у щоденних комунікаціях, який також зустрічається й у проєктній комунікації. Вживаючи метафори, мовець додає неабиякої образності сказаному, що також впливає на сприйняття мовленнєвої дії адресатами. Даний вид тропів значно посилює ефект переданого повідомлення та надає можливість адресантам зробити свій вираз семантично глибшим. *When I saw the **sunny smile** of our Chief technology officer, I realized that we had successfully closed the project. Hopefully this will **cushion** our fail on the last sprint. He just **froze** when he found us rewriting the specifications for already started project.*

Отже, можна дійти висновку, що лексична наповненість комунікаційного мовлення вміщує в себе низку факторів, які саме і надають даному типу мовлення його специфічних характеристик. Комунікативні тексти, залежно від сфери, в якій вони функціонують, завжди будуть містити ряд функціональних термінів, професіоналізмів та, звісно, нейтральну загальноповсюджену лексику. Розглянута нами комунікація у сфері онлайн-проєктів (ІТ) має також свої певні особливості – такі лексичні одиниці як аббревіації та усічення, неологізми, а також використання клішованої лексики. Важливим є те, що подібні лексеми мають велику популярність у використанні. З іншого боку, використання тропів простежується рідше – при мовленнєвих діях, що спрямовані не на передачу певної важливої тематичної інформації, а при конструюванні повідомлень, що мають на меті описати щось опосередковане, відійти від теми або посилити глибину сказаного. Факт упущення артиклів є знаком того, що комуніканти вдаються до редукції мовленнєвої дії усіма можливими способами. Більш того, наведені лексичні фактори проєктної комунікації продовжують стрімко розвиватись (що свідчить про ще більшу їх затребуваність).

2.2.2. Структурно-граматичні особливості текстів онлайн-проектів

Говорячи про структурно-граматичне наповнення текстів комунікації при веденні онлайн-проектів, слід відмітити, що головна мета їх учасників при комунікації – це точний, об'ємний та швидкий обмін інформацією. Тобто, вкладаючи у текст максимум інформації, автор повинен залишити його досить коротким та легким для сприйняття адресата. Це є певним відображенням ритму сучасного життя. Тому є досить очевидним, що розглядаючи структурно-граматичний аспект, ми отримаємо гарну структурованість викладу та в той же час велику наповненість змістом. Отже, розглянемо детальніше граматичні особливості комунікативних виразів на прикладах, взятих із реальних переговорів, електронного листування або ділових чатів сфери ІТ.

Перш за все, слід вказати на те, що зазвичай у реченнях використовується **прямий порядок слів**. Це говорить про структурованість викладу і впорядкованість тексту. Так інформація сприймається легше та не потребує більшого часу для розуміння. *«UA Team planned to release the production version till next Friday. RO Team will be ready next Thursday».*

Однорідні члени речення свідчать про те, що в тексті є поширені речення, що робить текст більш повним, точним і інформативним. *«...For others remain the **refactoring** of the last two functions we worked on and **testing** them», «For today the team plan to start **writing** documentation, **reading** the specifications and **preparing** the first demo model».*

Оскільки особистісний аспект йде на другий план, у комунікативних текстах онлайн-проектів зустрічається безліч **безособових конструкцій** та конструкцій із **пасивними формами**. Це позбавляє текст емоційного забарвлення, робить його більш об'єктивним, узагальненим, а комунікацію – більш формальною. *It should be taken into account that the last iteration is critical for us. When expanding a team, a larger budget from our partners must be involved. It is not acceptable to release the current version of the application. It*

*was **decided** to use a new approach for the future products, customers are really don't like the current one.*

Форми Participle I, II використовуються для уточнення, доповнення думки, а також ускладнення синтаксичних конструкцій. Таким чином, речення стає складнішим за будовою, але глибшим за наповненням, що також дозволяє зберігати стислість виразу: *The application, previously **released** as an MPV, got a lot of positive reviews. We should continue to work on it. **Preparing** the demo presentation for our team, please don't forget to include new graphic refinements. **Holding** lightly by other designers' beliefs, you can take the new graphic guidelines as the basis.*

Дуже популярними у веденні онлайн-проектів є **інфінітивні конструкції**. При чому зустрічаються вони у різних інфінітивних конструкціях. Наведемо приклади. Complex Object: *We expect **you to do** it in time – we should deploy everything till August 6. I want **you to start** the work on it today, we have a Prod Review meeting tomorrow. We consider **this question to be** of great importance.* Complex Subject: ***We were made to start** from scratch because of last Ubuntu update. **Your work proved to be** useful, thank you. **It seemed to be done** previously, we can skip it or archive.* For-to-Infinitive construction: *The best thing **for us to do** now is to ask Judy directly, we cannot guess at current stage. It was buggy enough **for me to test** it. You should fix it ASAP. The way **for us to go** is to change the priorities for the current sprint, otherwise we gonna fail it.*

Не менш популярним та, як показує практика, корисним у використанні є **Conditional Mood**. Такі речення часто можна почути під час ділових переговорів та побачити у діловому листуванні або чаті. Зазвичай, використовуючи дану граматичну форму, автор виражає ввічливе ставлення до свого партнера або готовність до співпраці. Крім цього, дана конструкція є гарним інструментом для того, щоб ввічливо попросити партнера зробити щось, що є в ваших інтересах або інтересах вашої команди. ***Would you mind***

me asking you something? I would like to have the report done till tomorrow, please. I would like you to implemented the verification till next sprint.

Останніми слід розглянути безособові дієслова у формі **герундія**. Дана дієслівна форма також досить часто використовується мовцями у процесі проєктних комунікацій. Це зумовлено, перш за все, простотою її використання у реченнєвих конструкціях. Герундій не треба узгоджувати с певним часопростором у реченні, а тому це неабияк полегшує мовленнєву дію (особливо для не носіїв мови). Так, наприклад, речення *Our team is proud that we have entered the list of the best IT companies in Blockchain sphere* з використанням герундія стає більш легшим у конструюванні з боку мовця та полегшує сприйняття з боку адресата: *Our team is proud of **entering** the list of the best IT companies in Blockchain sphere*. Більш того, розглянувши наведений приклад, можна погодитись, що герундій є поштовхом до редукції реченнєвої конструкції – граматична формула скорочується, а структура речення спрощується (тепер воно не складне, а просте). Крім наведених причин широкого використання герундія у проєктній комунікації, слід зазначити ще той факт, що для англійської мови є типовим використання назви заняття, а не дії, при висловлювання думок. *I gave up **resolving** this endless bug. The task is **sending** API requests to the server. **Deploying** new version of the app took 5 hours.*

Отже, підсумовуючи вищерозглянуті аспекти, можна дійти висновку, що граматичні особливості текстів комунікації у сфері онлайн-проєктів межують з метою адресантів зробити вираз більш наповненим інформативно та, в той же час, залишити його стислим та доступним для адресата. Тому, як результат, спостерігається вживання **поширених речень** (зазвичай з прямим порядком слів), надання конструкції більшої точності за допомогою використання форм **Participle**, редукція граматичної конструкції та полегшення побудови граматичної формули з вживанням **герундія**, а також широке використання різних форм **інфінітиву**. Крім цього, простежується

застосування безособових конструкцій, з метою виведення особи на другий план та позбавлення тексту емоційного забарвлення.

2.2.3. Специфіка комунікації у професійних чатах команди розробки програмного забезпечення

З метою унаочнення наведених вище лінгвальних особливостей комунікації учасників проєктної діяльності проаналізуємо приклад, взятий із реального професійного чату команди розробки програмного забезпечення (від 25 жовтня 2021 року) компанії «IT-Dimension».

Розглянемо повідомлення, отримане від англомовного учасника онлайн-проєкту з розробки програмного забезпечення для сфери логістики (Рис. 2.3).

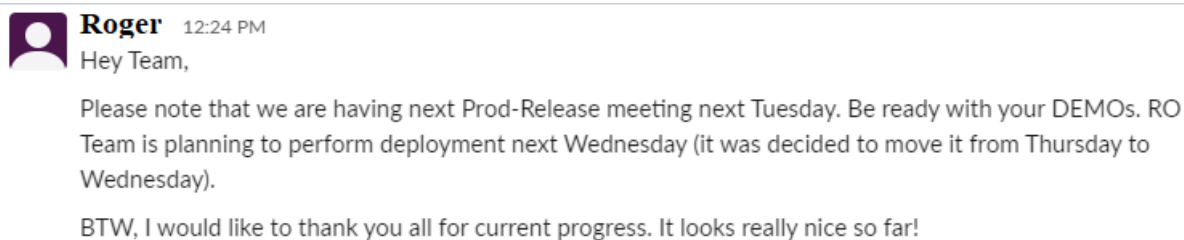


Рис. 2.3. Повідомлення, отримане у ході комунікації між учасниками реального онлайн-проєкту

Можна з впевненістю сказати, що пропонований текст не є зразком офіційно-ділового стилю, хоча тема розмови – професійна та спрямована на інших учасників команди. Це можна зрозуміти, судячи з використання мовцем розмовної лексики («*Hey Team*») та окличних речень («*It looks really nice so far!*»); повідомлення має явний характер невимушеності.

Зі звертання «*Hey Team*» ми можемо зрозуміти, що аналізоване нами повідомлення направлене на певну групу осіб (адресатів). Отже, можна дійти висновку, що автор чітко розуміє, кому адресовано дану інформацію і може

коректно сконструювати свій вираз задля забезпечення правильного сприйняття поданої інформації з боку адресата. Іншими словами, адресант використовує конструкції та термінологію, що буде зрозумілою для даної групи адресатів (команди ІТ-проєкту). В іншому випадку, неправильне сприйняття мовленнєвої дії може призвести до непорозуміння серед учасників команди та, як наслідок, до надлишкової комунікації. Чітко розуміючи кінцевого адресата комунікативного акту, мовець не витрачає лексичні ресурси та не розширює дане повідомлення використанням різного роду пояснень, написаних задля забезпечення розуміння адресатів, які віддалені від даного контексту та мало розуміють сенс, викладений під час мовленнєвої дії. Також, даний пункт коректного адресування повідомлення може бути успішно досягнутий використанням так званих «релевантних чатів». Так, наприклад, один ІТ-проєкт може вміщувати декілька, так званих, груп та функціонувати у різних сферах, а отже, учасники, що беруть участь у розробці даного продукту, можуть створювати окремі чати, що сприятиме ефективності комунікативних актів, що відбуватимуться за темою конкретної частини функціонування/розробки продукту (Рис. 2.4).

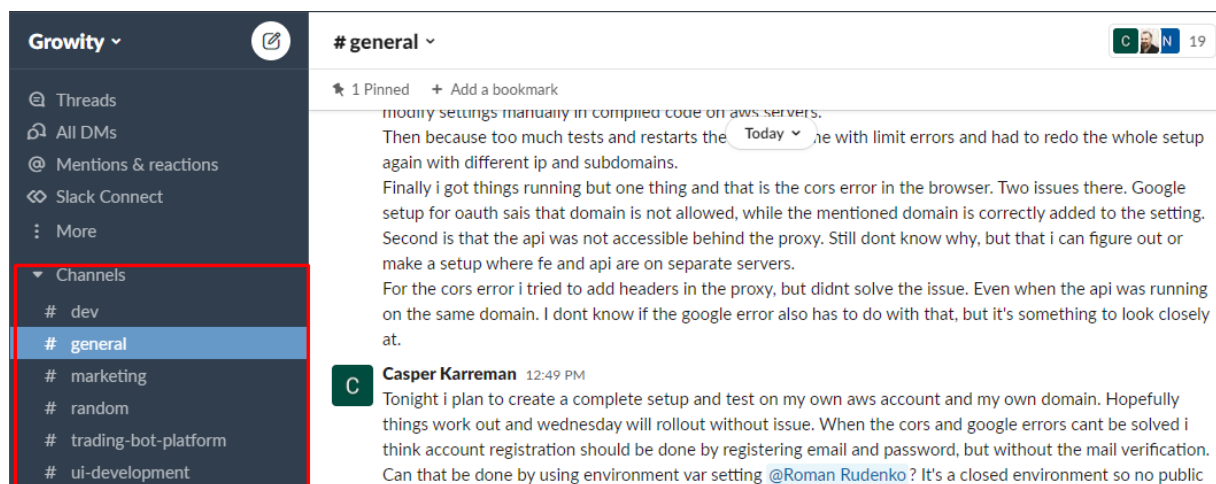


Рис. 2.4. Розмежовування професійних чатів

На Рис. 2.4. можна побачити яскравий приклад розмежування чатів з текстами, що репрезентують мовленнєві акти між учасниками різних функціональних підрозділів проєкту. Так, наприклад, канал «dev» вміщує обговорення щодо розробки продукту (скорочення від «development»).

Учасниками даного каналу є саме розробники та технічні менеджери. Особи, які не мають відношення до даного блоку функціонування проєкту, не будуть додані до даного каналу. Учасники каналу «marketing», очевидно, матимуть комунікативні акти з обговорення певних маркетингових прийомів та планування наступних маркетингових кроків задля популяризації проєкту. Канал «general», зазвичай, слугує для спільних обговорень, оголошень або узагальнених інформувань всієї команди. Використовуючи даний підхід з розмежування середовищ комунікативних актів, мовці чітко розуміють, хто є адресатом їх мовленнєвої дії, а отже можуть коректно застосувати лінгвістичні ресурси та вибудовувати зрозумілий для кожного адресата виклад.

Наступною особливістю, на яку слід звернути увагу, є стислість та точність викладу. Автор, використовуючи тільки три стислих речення, досить детально інформує всю команду щодо майбутніх подій (*Please note that we are having next Prod-Release meeting next Tuesday* (1). *Be ready with your DEMOs* (2). *RO Team is planning to perform deployment next Wednesday* (3)). Таким чином, адресати отримують тільки найголовнішу інформацію без «розмиття» сенсу викладу та, як результат, економлять час на розуміння прочитаного.

Структура даного повідомлення є логічно сформованою, чіткою та послідовною. Автор дотримується хронологічних та логічних рамок. Інформація подається стисло, але логічно обгрунтовано, що сприяє повному розумінню сказаного адресатами. У першому реченні повідомлення мовець вказує причину звернення (*Please note that we are having next Prod-Release meeting next Tuesday*); друге речення продовжує логічний ланцюг першого речення та інформує адресатів щодо вимоги бути готовим до певних демо-презентацій на даному мітингу (*Be ready with your DEMOs*); третє речення повідомлення надає адресатам додаткову інформацію та замикає логічний ланцюг (*RO Team is planning to perform deployment next Wednesday*) – мається на увазі, що всі демоверсії будуть розгорнуті у певне середовище розробки

наступної середи; адресат ще раз спонукає адресатів до готовності з демоверсіями (знову логічна відсилка до другого речення повідомлення).

Розглядаючи лексико-стилістичне наповнення аналізованого уривку, вважаємо необхідним відзначити використання мовцем професіоналізмів. У досить короткому повідомленні наявні 3 професіоналізми, які притаманні суто сфері IT: *deployment* (розгортання), *prod-release* (випуск певної частини IT продукту; скорочення від «production release»), *Demo* (демонстраційна/попередня версія продукту, також використовується як презентація певної частини продукту).

Наступним яскравим маркером комунікативного акту, що проходить онлайн (у сфері IT), є використання аббревіації. Використовуючи конструкцію BTW (by the way / тим паче), автор забезпечує своєму повідомленню стислість викладу та скорочення виразу. Замість трьох слів, використовується лише три букви, що значно полегшує та пришвидшує друкування, відсилення, причитання та розуміння читачами такого повідомлення.

«So far» (вже, на даний момент) конкретизує значення часу. Крім цього, значення часу визначають конструкції «Next Tuesday» та «Next Wednesday». Автор, таким чином, чітко встановлює часову рамку щодо того, коли певні дії (*prod-release meeting* та *deployment*) будуть відбуватися. Так, наприклад, якби автор використав конструкцію «Next week», то, з великою вірогідністю, це б слугувало приводом до подальших питань з боку команди задля уточнення первинного викладу. З іншого боку, у пояснювальному реченні «it was decided to move it from Thursday to Wednesday» автор не використовує маркер часу, оскільки він не є важливим у даному випадку.

Ще одним цікавим фактором, на який слід звернути увагу, є опущення артиклів. Було б логічним додати артиклі у наступних випадках: *Please note that we are having **the** next Prod-Release meeting next Tuesday* (1). *Be ready with your DEMOs* (2). *RO Team is planning to perform **the** deployment next Wednesday*. Проте аналізований текст артиклів не містить. Це може слугувати

висновком до того, що мовець чітко розуміє, хто є адресатом даного повідомлення (а тому впевнений, що з розумінням не виникне проблем) та ігнорує вживання артикля задля редукції мовленнєвої дії.

Проаналізуємо дане повідомлення також за його іллокутивною метою, пристосуванням до світу та спробуємо визначити, до якого з типів мовленнєвих актів воно належить. Розберемо повідомлення на окремі речення задля деталізації аналізу.

Перше речення *Please note that we are having next Prod-Release meeting next Tuesday* характеризується намаганням адресанта побудити адресата до певних дій (*Please note that...*), а саме, якщо перекласти з англійської, *взяти до уваги*. Даний **директив** має напрям пристосування «від слова до світу». Але важливою є й друга частина речення *We are having next Prod-Release meeting next Tuesday*, де мовець має на меті саме інформування щодо проведення мітингу наступного вівторка, що дає нам привід вважати дану частину **репрезентативом** та розглядати напрям пристосування «від світу до слова».

Перейдемо до наступного речення: *Be ready with your DEMOs*. Тут чітко простежується іллокутивна мета висловлювання, а саме намагання мовця спонукати адресата до виконання певних дій. Саме тому дане речення можна віднести до мовленнєвого акту типу **директиви**, що має напрям пристосування «від слова до світу».

Речення *RO Team is planning to perform deployment next Wednesday* визначається прийняттям зобов'язань (а саме – *perform deployment*) стосовно виконання певних дій з боку *RO Team*. Дану іллокутивну мету можна віднести до мовленнєвого акту типу **комісиви**, отже, його напрям пристосування – «від слова до світу». Слід звернути увагу на те, що повідомлення побудоване від третьої особи, а отже, ми також маємо право розглядати його як **репрезентатив**, оскільки мовець має на меті інформування адресата про певний стан справ у *RO Team*. Напрямок пристосування – «від світу до слова».

Речення *It was decided to move it from Thursday to Wednesday* є уточнювальним до попереднього речення змішаного типу. Оскільки мовець має на меті фіксацію певних реальних подій у проєкті, напрямом пристосування є тип «від світу до слова», а тип мовленнєвого акту – **репрезентатив**.

BTW, I would like to thank you all for current progress є прикладом мовленнєвого акту непрямого типу. Мовець не має на увазі репрезентацію свого бажання *I would like* (пряма суть), а насправді висловлює подяку адресатам (непряма суть). Отже, даний уривок є **експресивом** з причин наявності фразеологізованого кліше (*thank you*) та вираження ставлення мовця щодо певної ситуації (*a same for current progress*). Даний тип мовленнєвого акту не має напряму пристосування, оскільки стан справ, що є основним приводом для даного мовленнєвого акту, служить лише передумовою, а не змістом повідомлення.

It looks really nice so far! є уточненням до попереднього експресиву та має на меті інформування адресата щодо певного стану справ у світі (мається на увазі стан поточного прогресу / *current progress*). Тип мовленнєвого акту – репрезентатив, напрям пристосування – «від світу до слова». Хоча дана конструкція досить тісно граничить з мовленнєвим актом типу **експресив** – іллокутивну мету висловлювання можна усвідомити як вираження ставлення адресанта щодо стану справ у світі (його ставлення щодо поточного прогресу). Але, оскільки у даній мовленнєвій дії відсутні два основних маркера, що визначають експресив (наявність фразеологізованого кліше та відсутність напряму пристосування), віднесення даного речення до експресивів буде некоректним твердженням.

Підсумовуючи аналіз повідомлення, створеного у ході комунікації між учасниками онлайн-проєкту, можна дійти висновку, що структурно-граматичні та лексико-стилістичні особливості комунікативних текстів чітко простежуються під час мовленнєвої дії з боку учасників комунікативного процесу, а саме при функціонуванні основних комунікативних блоків

діяльності проекту. При комунікації в межах проєктної діяльності зазвичай використовується саме розмовний стиль викладу. Мовець, зазвичай, чітко розуміє, яка особа є фінальним отримувачем його мовленнєвої дії, та, як результат, адаптує своє повідомлення під конкретну аудиторію з метою досягнення максимальної прозорості. Мовленнєвий виклад є стислим та точним, з дотриманням логічної послідовності. Мовці використовують частіше прості та короткі речення задля швидкого обміну або донесення інформації. До того ж, простежується упущення артиклів задля редукції викладу. Було очевидним, що наповнення мовленнєвого акту у сфері проєктної діяльності (а саме – IT) складають професіоналізми та аббревіації. Наявність значної кількості службових слів з позначенням часу ще раз доводить той факт, що мовці, які беруть участь у комунікації в межах проєктної діяльності, мають на меті отримати таку мовленнєву дію, яка б максимально чітко та точно описувала сенс викладеного. Щодо типів мовленнєвих актів, можна зробити остаточний висновок, що їх класифікація є далеко не бездоганною. Коротке повідомлення, що вміщує декілька речень, можна віднести до чотирьох типів мовленнєвих актів, а деякі речення мають змішані типи.

РОЗДІЛ 3

НЕУСПІШНА МОЛЕННЄВА КОМУНІКАЦІЯ

3.1. Типи комунікативних невдач

Людське спілкування та мовленнєві акти є дуже складними і водночас тонкими явищами, їх успішне функціонування залежить від взаємодії багатьох факторів. Мовленнєвий акт може вважатись ефективним у випадку здійснення комунікативного наміру мовця і розуміння та сприйняття сказаного адресатом.

Проблеми комунікації отримали значну популярність серед дослідників у другій половині XX століття, коли фахівці почали звертатися безпосередньо до носія мови. Так, вчений П. Сусов проголошує, що на початку 90-х років XX століття відбувся перехід від іманентної до антропологічної лінгвістики [40, с. 138]. Остання мала на увазі вивчення мови у тісному зв'язку з людським мисленням, свідомістю, духовною діяльністю, обізнаністю тощо. Беручи до уваги дані обставини, науковці фокусують свою увагу саме на екстралінгвістичних факторах. За умови, якщо основні комунікативні принципи, правила та умови взяті до уваги під час комунікативного процесу, мовленнєві партнери можуть розраховувати на забезпечення успіху при комунікації. Та навпаки, порушення даних норм призводить до комунікативних невдач [27, с. 152].

В. Красних вважає успішну комунікацію адекватною комунікацією, при якій досягається достатнє взаємопорозуміння між учасниками комунікативного процесу. Неуспішна комунікація супроводжується комунікативними перебоями (неповне взаємопорозуміння між учасниками комунікації) та комунікативними провалами (абсолютне нерозуміння між комунікантами) [25, с. 58].

Невід'ємною частиною процесу комунікації є комунікативні невдачі – це недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети, а також

відсутність взаємодії, порозуміння та згоди між учасниками спілкування. Розглядаючи комунікативну мету, слід взяти до уваги її власне комунікативну та практичну властивості. Будь-який мовець, вступаючи в мовленнєвий акт, намагається вплинути на іншого учасника мовленнєвого акту: викликати очікувану реакцію, чітко донести бажану інформацію або скерувати співрозмовника на певні дії. Будь-яка мета має свій практичний характер, і, як результат, учасники мовленнєвого акту намагаються досягти практичної мети, використовуючи саме комунікативну властивість. Так, наприклад, менеджер хоче відправити проєкт замовнику вчасно (практична мета) і тому вимушений вдаватися до нових наказів у бік співробітників (комунікативна мета). Слід зауважити, що при досягненні комунікативної мети, практична мета може бути недосягнута.

Комунікативні невдачі, зазвичай, розділяють на наступні типи:

1) **ідеологічні невдачі**, які обумовлені відмінностями у ціннісних системах учасників комунікації; так, наприклад, популярний американський вигук «Holly cow!» може бути сприйнятий комунікантами по-різному, якщо один з них відноситься до виразу з релігійної точки зору (корова є священною у Індії), а інший вважає, що даний вираз відноситься до ірландсько-американського сленгу, де часто зустрічаються вирази зі словом «holly», які не мають нічого спільного з релігією;

2) **інференційні невдачі**, які обумовлені неправильним відновленням імплікатури; так, наприклад, просте питання «*Can you take a look into it?*» зазвичай має на меті прохання подивитись, а не питання щодо можливості дивитись. Тобто інференційні невдачі перетинаються з непрямыми мовленнєвими актами та є результатом їх неправильного розуміння: *Could you import the list of the products? Can I try on this? What do you think about going to the nearby pizzeria?*;

3) **енциклопедичні невдачі**, що характеризуються незнанням або відсутністю достатньої інформації у одного з членів комунікативного процесу щодо фактів або об'єктів, про які йде мова; наприклад, мовленнєвий

акт, який містить велику кількість професіоналізмів, може бути абсолютно незрозумілим для особи, яка не має відношення до даної професії: *Deploy the app on Kubernetes using Kubectl. An array of full-fledged objects with several levels of nesting can break the entire structure of the system. ORM allows us to switch from current SQL to new SQL with just small issues on server side;*

4) **системні невдачі** – це результат слабкого володіння системою мовленнєвих значень різного рівня і способами їх вираження, або неточне розуміння неоднозначності, закладеної у самій системі мови; наприклад: неправильне розуміння омографів (*can – могли, a can – консервна банка*); омофонів (*brake/break, eye/I, deer/dear*), полісемії (дієслово *to get* може мати більше 50 значень: *отримати, зрозуміти, зробити* тощо);

5) **технічні невдачі** є результатом некоректного фонетичного або графічного оформлення мовленнєвої дії; також тут слід розглядати перешкоди у сприйнятті мовленнєвої дії; наприклад, невиразна дикція мовця, некоректне оформлення набраного тексту, технічні перешкоди, глухота тощо [43, с. 88].

Ю. Караулов, розглядаючи чинники, які найчастіше сприяють виникненню комунікативної невдачі, відзначає негативний психологічний стан співрозмовників. Автор не виключає, що радість, захоплення, стан ейфорії можуть викликати невдачу у комунікації. Появі комунікативної невдачі також сприяють непередбаченість, спонтанність, емоційність, часта імпульсивність мовленнєвого акту [20, с. 193].

Дослідник М. Смірнова виділяє такі несприятливі чинники, що призводять до комунікативної невдачі: віддалене комунікативне середовище; порушення правил кооперації, солідарності, релевантності; невиправдані комунікативні очікування слухача [37, с. 45].

Отже, можна дійти висновку, що комунікативна невдача – це ситуація, коли комунікативний акт не досягає своєї мети. Дане питання детально досліджується в теорії мовленнєвих актів, а дослідники розділяють різні типології невдач, що можуть виникати у процесі спілкування. Серед причин

комунікативних невдач виділяють: відмінності у картинах світу, розбіжність оцінок явищ дійсності, некоректне розуміння мови, проблеми при висловлюванні думок.

3.2. Комунікативні шуми та бар'єри

Продовжуючи розгляд комунікативних невдач, не можна не згадати про комунікативні шуми та бар'єри. Дані особливості комунікативного процесу часто зустрічаються при обміні мовленнєвими актами учасниками комунікації та також можуть стати причинами комунікативних невдач.

Кожній людині знайома ситуація, коли слова, які вона вимовляє, не «доходять» до її співрозмовника чи «доходять», але неправильно ним сприймаються. Може скластися враження, що співрозмовник навмисно захищається від чужих слів, думок, переживань, ставлячи перепони на дорозі спілкування. Ця ситуація наочно демонструє одну з ключових проблем комунікацій – проблему комунікативних бар'єрів. Під комунікативним бар'єром зазвичай розуміється все те, що перешкоджає ефективній комунікації та блокує її [8, с. 415].

Існує одна глибока помилка, яка полягає у тому, що учасники комунікативного акту вважають, ніби для успішної передачі та сприйняття інформації адресатом досить просто висловити свою думку. В основі такої помилки лежить припущення, згідно з яким передане повідомлення досягає свого адресата без будь-яких змін. У реальній ситуації сценарій розгортається зовсім по-іншому: адресант вкладає в свою мовленнєву дію один сенс, а адресат, отримуючи дану інформацію, розуміє її інакше. Врахувати всю сукупність факторів, що спотворюють повідомлення, практично неможливо – вони занадто різноманітні. Різні види та рівні комунікації (вербальна – невербальна, усна – письмова – електронна, міжособистісна – групова – масова тощо) також створюють свої специфічні

бар'єри. Тому ми маємо справу з різними способами систематизації комунікативних бар'єрів [22, с. 52].

Під комунікативними бар'єрами можна розуміти всі фактори, що сприяють спотворенню або втраті переданого повідомлення. Бар'єри перешкоджають адекватному прийому, розумінню та засвоєнню інформації у процесі здійснення комунікативних зв'язків [62, с. 98]. Бар'єри комунікації можна класифікувати за їх характером.

Міжособистісні бар'єри. Вони поділяються на кілька підгруп.

1. Бар'єри сприйняття. Тут мають місце вибірковість джерел інформації, виборча увага, спотворення та запам'ятовування. До бар'єрів сприйняття можна віднести: перше враження (зовнішність, манера поведінки тощо); упередження щодо себе та інших (недооцінка або переоцінка); стереотипи. Людина схильна приписувати співрозмовнику ті позитивні чи негативні риси, які має сама, але якими навряд чи володіє співрозмовник. Так, наприклад, у зв'язку з недооцінкою, яка виникла при першому враженні від мовця (причиною послугував його неакуратний зовнішній вигляд), подальше сприйняття досить адекватної інформації адресатом було порушено.

2. Семантичні бар'єри. Даний вид бар'єрів виникає при вербальній формі комунікаційного процесу. Різні семантичні диференціації часто можуть стати причиною некоректного розуміння отриманого повідомлення. Значення тих чи інших ресурсів мовлення, які використовуються при комунікативному процесі, залежать від контексту, знань та досвіду співрозмовників тощо. Так, наприклад, багатозначне слово «wing» може вживатися у різних ситуаціях комунікативного процесу з різним контекстом, тому його розуміння може бути розмитим.

3. Невербальні бар'єри. Дані бар'єри включають такий вид комунікації як міміка, жести, пози, рухи тощо. Невербальні комунікації можна вважати найбільш правдивими комунікаціями, бо вони, як правило, мають несвідому основу і свідчать про справжні емоції учасника комунікації. До невербальних

бар'єрів комунікацій відносять: візуальні бар'єри (особливості статури, хода, візуальний контакт та рухи); акустичні бар'єри (інтонація, тембр, темп, паузи); тактильна чутливість (рукостискання, обійми, поштовхи тощо).

4. Поганий (або відсутній) зворотній зв'язок. Сюди відноситься реакція учасника комунікативного процесу на ту чи іншу інформацію. Бар'єром ефективності міжособистісного мовленнєвого контакту може бути відсутність зворотного зв'язку. Даний факт комунікації є досить важливим, оскільки за допомогою нього можна зрозуміти, наскільки коректно було отримано та сприйнято передану інформацію.

5. Невміння слухати інших учасників комунікативного процесу. Ефективна комунікація можлива, коли людина однаково точна, надсилаючи та приймаючи інформацію. Ефективне слухання є одним з найважливіших якостей гарно функціонуючої проєктної діяльності [6, с. 156].

Технічні бар'єри полягають у тому, що ті чи інші речі або явища заважають отримати необхідну інформацію у процесі комунікації. До технічних бар'єрів відносяться шуми, що заважають сприйняттю переданого мовленнєвого акту. Джерело шуму має здатність руйнувати інформацію, цим він збільшує ступінь невизначеності адресата (розглянемо шуми детальніше далі у цьому ж підрозділі). Так, наприклад, можна виділити кілька технічних бар'єрів комунікації: несправність техніки, що слугує для передачі повідомлення; поганий зв'язок тощо [71, с. 64].

Міжмовні бар'єри. Говорячи про міжмовні бар'єри, ми маємо справу з ситуаціями, коли учасники комунікації говорять на різних мовах і елементарно не можуть знайти розуміння у спілкуванні [26]. Даний вид бар'єру є досить розповсюдженим при комунікації в умовах проєктної діяльності та вимагає правильного розподілу ролей учасників комунікативного процесу (даний пункт був розглянутий у другому розділі даної роботи). Наприклад, учасник комунікації, що має початковий рівень володіння англійською мовою, не зможе досягти ефективності при мовленнєвому акті, який проходить на англійській мові, а, навпаки, призведе

до максимального зниження ефективності. Саме тому коректний розподіл ролей є досить важливим задля досягнення високої ефективності комунікативного процесу.

Соціальні бар'єри мають місце у комунікації різних соціальних груп, а також при різному положенні учасників комунікативного процесу у суспільстві. Даний вид бар'єру можна розділити на бар'єр різного рівня життя, бар'єр різних релігійних вірувань та бар'єр національних культур [54, с. 2]. Так, наприклад, представник одного релігійного об'єднання вряд чи зможе сповна зрозуміти особливості та цінності іншого релігійного об'єднання, про які говорить мовець.

Психологічні бар'єри включають в себе деякі психологічні стани учасників комунікації (байдужість, депресія тощо). Сюди також відносяться психічні властивості особистості (замкнутість, скромність, невпевненість) [31, с. 293]. Можна навести наступний приклад: невпевнений у собі учасник комунікативного процесу не зможе ефективно вести дебати та наводити вдалі аргументи не з причин його низького рівня знань по темі, а саме з причини даного комунікативного бар'єру – невпевненості.

Отже, доходимо висновку, що висока ефективність комунікації – це складно досяжна мета. Усі розглянуті бар'єри можуть виникати між учасниками комунікативного процесу досить часто, що ускладнює спосіб ведення саме ефективної комунікації. Тож буде доречним розглянути способи подолання можливих бар'єрів.

Міжособистісні бар'єри можуть бути вирішенні за допомогою подолання уникнення комунікації, привернення уваги та підтримки уваги. Увагу слухача може відволікти будь-який сторонній по відношенню до цієї взаємодії стимул – гучний стук у двері, власні роздуми не по темі і т. д. Перша група прийомів підтримки уваги зводиться до того що, щоб, за можливості, виключити всі сторонні об'єкти впливу та максимально «ізолюватися» від них [61, с. 56]. Важливим фактором для подолання міжособистісного бар'єру є також рівень авторитету мовця. Чим більше

авторитет у мовця серед адресатів, тим більша вірогідність того, що іллокутивну мету мовленнєвої дії буде успішно досягнуто. Ступінь довіри до того, хто говорить, здебільшого залежить від рівня його авторитетності.

Для того, щоб мовленнєва дія була зрозумілою фонетично, треба говорити виразно, розбірливо та досить голосно. Для подолання фонетичного бар'єру надзвичайно важливим є зворотній зв'язок. У конкретному спілкуванні оптимальну швидкість мовлення чи дикцію можна встановити у ході розмови, спираючись на реакцію слухача. На письмі, наприклад, повідомлення повинно бути чітко сконструйовано та не мати друкарських помилок [67, с. 23].

Семантичний бар'єр є наслідком розбіжності у людей систематизованого набору даних про певну область знань. У силу того, що кожна людина має неповторний індивідуальний досвід, вона має і неповторний запас знань. Мовцю слід постійно враховувати цей факт при комунікації. Численні помилки у комунікації пов'язані саме з недооцінкою різниці «тезаурусів». Хибним є твердження – «усі все розуміють як я», тоді як правильним є саме протилежне «усі все розуміють по-своєму» [45, с. 50].

Одними з найскладніших для подолання є невербальні бар'єри. Як ми наголосили вище, невербальні комунікації є найбільш правдивими, бо вони, як правило, мають несвідому основу і свідчать про справжні емоції учасника комунікації. Недостатньо контролювати лише своє мовлення та зміст повідомлення [59, с. 13]. Необхідний контроль за формою мовленнєвого акту в тій частині, яка стосується його зовнішнього супроводу – мімікою, жестами, інтонацією, позою. Наприклад, досить серйозна тема комунікативного процесу щодо визначення плану роботи команди на наступні 2 тижні, яка подається мовцем у жартівливій формі та у напівлежачій позі, з великої вірогідністю не досягне високої ефективності іллокутивної мети, навіть якщо семантично вона буде сконструйована вдало.

Про важливість зворотного зв'язку як загального принципу побудови комунікативного процесу вже було сказано вище. Одними з найбільш

ефективних способів отримання зворотного зв'язку від адресата комунікативного процесу можна вважати постановку контрольних запитань щодо сказаного. Наприклад, поцікавитись чи все зрозуміло: *Are we ok with that? Is it clear? Is everything accessibly from what I mentioned?* Крім контрольних запитань, високу ефективність демонструють прямі звернення до адресата під час мовленнєвої дії. Зазвичай, використовуючи ім'я адресата, у більшості випадків ми підштовхуємо останнього до певної віддачі/зворотного зв'язку: *Jess, we should consider the latest updates from our client. UA Team, the trades made yesterday have a very low profit percentage, it can be an issue on the trading engine. Marketing website developers, the header of the page should consist the «About Us» section, but now it's not the case.* І навпаки, забезпечення зворотного зв'язку простежується з відповіддю на поставленні запитання, постановки запитань щодо отриманої інформації та прохань уточнити певну наведену інформацію: *We should prepare a backup of the current application version, should not we? Everything is clear from you mentioned – we will prepare the update for tomorrow. Could you please clarify the last point again?* Слід зауважити, що зворотній зв'язок повинен відбуватися негайно, бути конструктивним та чітко вираженим (так, щоб це було зрозуміло іншому учаснику комунікації) [48, с. 189].

Правило активного та конструктивного слухання – одна з основних умов ефективних комунікацій. К. Девіс навів список вимог, яких слід дотримуватися задля успішного слухання: перестаньте говорити, допоможіть іншому учаснику комунікаційного процесу почувати себе вільно, покажіть готовність до комунікативного процесу тощо [65, с. 59].

Технічні бар'єри, зазвичай, є тим типом бар'єру, який людина не може контролювати. Так, наприклад, рідко учасник комунікативного процесу може дати лад нестабільному інтернет-зв'язку. У даних випадках слід навчитися «обходити» дані проблеми при мовленнєвій дії різними способами, які б допомогли не втратити важливі уривки мовлення при процесі комунікації. При виявленні технічного бар'єру можна призупинити мовленнєву дію та

дочекатись вирішення проблеми, або змінити спосіб комунікації (наприклад, перейти від відео-конференції до письмового обговорення у чаті).

Вирішення міжмовного бар'єру сильно залежить від знань та вмінь учасників комунікативного процесу. Буде некоректним казати, що учасник комунікаційного процесу, який ніколи не вчив китайську, зможе вести ефективну мовленнєву дію з носіями китайської мови. По-перше, слід зауважити, що у віці цифрових технологій питання міжмовного бар'єру може бути частково вирішеним використанням сучасних інструментів перекладу (саме частково, оскільки використання електронних перекладачів у деяких випадках не дасть можливості так чітко та глибоко зрозуміти сенс сказаного). По-друге, дана проблема може бути вирішена підключенням до комунікативного процесу третьої особи, яка здатна перекласти комунікативний текст з однієї мови на іншу, але тут слід брати до уваги можливі проблеми та труднощі при перекладі, які також можуть впливати на ефективність комунікативного процесу [33, с. 59].

Соціальні бар'єри, зазвичай, вирішуються правильним підходом учасників комунікативного процесу до розуміння рамок тих чи інших соціальних «сфер» та, як результат, релевантним будуванням мовленнєвого акту, який би міг максимально забезпечити ефективність комунікації з урахуванням всіх деталей та обмежень [38, с. 126].

Орієнтуючись у теоретичній основі характеристики психологічного бар'єру, учаснику мовленнєвого процесу стає легше вигадувати і розробляти різні варіанти виходження із ситуації, створюваної бар'єром. Необхідно оцінити ситуацію, що склалася, визначити її спрямованість і всілякі наслідки. Далі потрібно виявити орієнтири причин виникнення даного бар'єру, розглянути та визначити можливі шляхи виходу із ситуації в залежності від її причин [46, с. 290].

Розглянемо ще одну властивість, яка впливає на зниження ефективності процесу комунікації та виступає складовою комунікативних бар'єрів (або їх результатом), – комунікативні шуми. Будь-яке спотворення

інформації при комунікативному процесі **називають комунікативними шумами**. Іншими словами, шум – це будь-яке втручання у процес комунікації, що погіршує сприйняття сенсу повідомлення [72, с. 16]. Слід зауважити, що комунікативний шум простежується на багатьох фазах комунікації, тому, як результат, спотворення інформації є нерідким випадком. Високий рівень шуму, очевидно, є причиною втрати сенсу висловлювання та може призвести до порушення обміну інформацією. Як результат, це повинно зумовити зниження ступеня досягнення цілі відповідно до інформації, що передається [5, с. 38].

Можна виділити декілька джерел комунікативного шуму. Першим, основним джерелом комунікативного шуму є **мовець**. Причиною даного шуму виступає неправильне використання мови. Наприклад, мовець може використовувати велику кількість жаргонізмів, що є незрозумілими для адресата. Наступним джерелом комунікативного шуму виступає **канал** комунікативного акту. У даному випадку шум виступає у вигляді поганого мобільного зв'язку, браку друку книги, поганого телевізійного зв'язку тощо. Тобто дане джерело вміщує шум, що може виникати у процесі саме надходження інформації – від адресанта до адресата. Третім джерелом комунікативного шуму виступає **адресат**, або той, хто отримує повідомлення під час мовленнєвого акту. Контроль даного джерела шуму викликає найбільші труднощі. Також, його можна розділити на три складові: вибіркова увага, вибіркоче сприйняття та вибіркоче запам'ятовування. Прикладом даного джерела шуму може бути комунікативний акт, при якому один із учасників просто відволікається від процесу мовленнєвої дії свого партнера комунікації та, як результат, не може сприймати передану інформацію чітко та повно [55, с. 46].

Шумова модель К. Шеннона та У. Уівера. Математик К. Шеннон та інженер-електронік У. Уівер у 1964 році опублікували роботу «Математична теорія комунікації» [70, с. 49], в якій було узагальнено досвід їх досліджень щодо проблем підвищення якості телефонного зв'язку. Вони розглядають

комунікацію на трьох рівнях: технічному, семантичному та рівні ефективності.

Технічні проблеми комунікації пов'язані з точністю передачі повідомлення від відправника до одержувача за допомогою технічних засобів. Під час написання книги технічні засоби передачі інформації носили обмежений характер, тому логічно, що при їх використанні неминуче вставала проблема точності передачі мовленнєвої дії від відправника до одержувача.

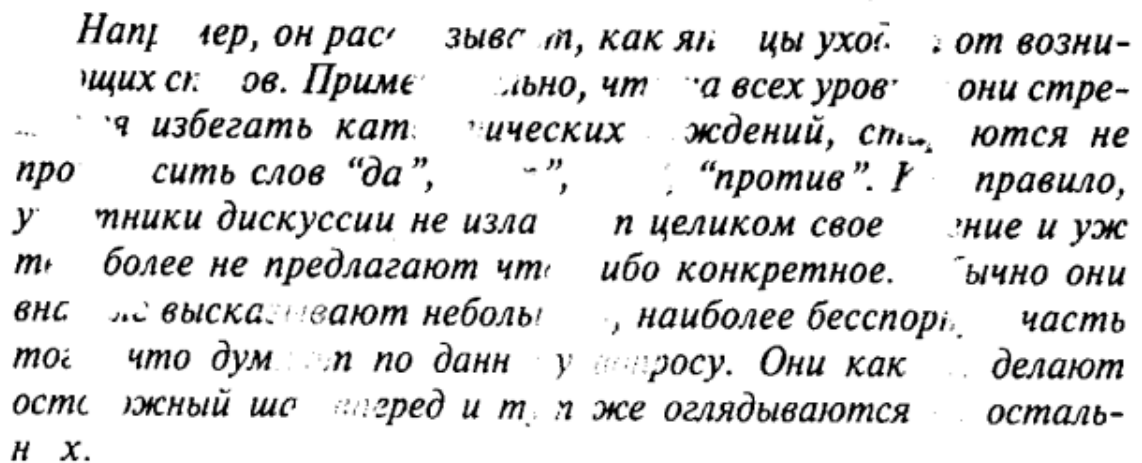
Семантичні проблеми (семантика – розділ лінгвістики, що вивчає смислове значення одиниць мови), пов'язані з тлумаченням повідомлення одержувачем у порівнянні з тим значенням, яке вкладав у нього відправник. Семантичні властивості переданої та отриманої мовленнєвої дії можуть не збігатися.

Рівень ефективності вміщує в себе результат зміни поведінки у зв'язку з переданою мовленнєвою дією. Тут мається на увазі ефективність саме початкової мети комунікації – тобто рівень успішності реалізації ідеї, з якою було розпочато мовленнєвий акт.

У моделі Шеннона-Уівера введено додатковий елемент – шуми, що впливають на ефективність комунікації. Шуми пов'язують з термінами ентропія, негентропія та надмірність. Під **ентропією** розглядають весь вплив зовнішніх чинників, які позначаються на ефективності повідомлення, його конструкції та здатності до сприйняття адресатом. **Негентропія** (негативна ентропія) простежується у випадках, коли спотворена мовленнєва дія досягає свого адресата без великої втрати ефективності. Даний феномен пов'язаний зі здатністю приймача інформації признати повідомлення, незважаючи на всі фактори, що сприяли його спотворенню.

Поняття **надмірності** простежується у випадках, коли мова постає інформативно надлишковою. Надмірність характеризується повторенням лінгвістичних ресурсів (*We get **results** that are close to the **results** which were obtained in the previous investigation. The **direction** of marketing development*

took a false **direction** in 2020), наданням уточнювальних конструкцій (*The app that works smooth enough and is in the arcade genre should be ready for release by September. The daily stand-up meeting (which takes place every day and all the developers participate in it) will be postponed an hour later*) та намаганням розширити речення (*We are really proud that our team was able to achieve such goals in the development of libraries of different levels without using third-party resources. They chose a new approach, the resources of which allow expanding the possibilities of cross-platform development, which is very popular nowadays*) [14, с. 49-50]. Надмірність слугує певним інструментом задля унеможливлення невдачі при комунікації. Можна вилучити більшість слів тексту статті або прослухати половину радіовиступу, але при цьому збережеться можливість зрозуміти мовця.



Нап... тер, он рас... зывает, как я... цы ухот... от возни-
щих ск... ов. Приме... льно, что... а всех уров... они стре-
... я избегать кат... чических... ждений, ст... ются не
про... сить слов "да", "...", "... "против". И... правило,
у... тники дискуссии не изла... п целиком свое... зние и уж
т... более не предлагают что... ибо конкретное. ...ычно они
вно... высказывают неболь..., наиболее бесспор..., часть
того... что думают по данн... у вопросу. Они как... делают
осте... жный шаг вперед и т... а же оглядываются... осталь-
н... х.

Рис. 3.1. Приклад уривку тексту із втраченою частиною літер, який все одно залишається зрозумілим

Як зазначає М. Грачев, модель Шеннона-Уівера виявляється дуже близькою до дійсності. Новим постало поняття шуму, що створює перешкоди в комунікації, які призводять до того, що повідомлення, передані по каналах зв'язку, не завжди отримують очікуваного результату. Ця модель зіграла значну роль у розвитку багатьох наук, пов'язаних з обміном інформацією, хоча зараз її вже можна вважати обмеженою. У ній відсутнє принципово важливе для комунікативного процесу поняття зворотного зв'язку: «У

результаті процес комунікації постає лише як одиничний і далеко не завжди ефективний акт: комунікатор не має можливості контролювати дії адресата і, відповідно, коригувати свої наступні керуючі дії» [12, с. 78].

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що комунікативні бар'єри є складовими комунікативних невдач та вміщують у себе всі фактори, які постають між адресантом й адресатом та заважають ефективній передачі та сприйняттю інформації. Дані бар'єри вміщують багато підстав до їх виникнення: від технічних до психологічних. Поява майже кожного бар'єру залежить від особистості (учасників комунікативного процесу). Шляхи до подолання комунікативних бар'єрів значно відрізняються один від одного, тому неможливо запропонувати одну універсальну формулу подолання бар'єрів, яка б задовольняла усі можливі типи останніх. Кожен ключ до подолання комунікативного бар'єру базується саме на причині виникнення такого бар'єру. Для того, щоб зрозуміти як обійти комунікативну перешкоду, треба чітко розуміти джерело цієї перешкоди. Маючи ясне розуміння щодо предмету, який викликає комунікативну перепону, мовець може чітко побудувати план задля її подолання. Слід взяти до уваги, що багато з досліджених шляхів подолання комунікативних бар'єрів орієнтуються на способи, що направлені саме на партнера комунікативного акту, його знання, реакцію, ставлення тощо. Наслідком комунікативних бар'єрів є комунікативні шуми, що виникають у процесі комунікації. Шумами можна назвати будь-яке спотворення інформації, що передається, під час комунікативного процесу. Причинами таких шумів виступають мовець та канал комунікації. Обидва об'єкти мають великий вплив на передачу та остаточне отримання повідомлення від адресанта до адресата.

3.3. Комунікативні невдачі в онлайн-спілкуванні розробників програмного забезпечення

Спробуємо проілюструвати викладений вище матеріал, проаналізувавши комунікативні невдачі, що виникли при реальному обміні повідомленнями між учасниками проєктної діяльності. Матеріалом для аналізу послуговували уривки з онлайн-спілкування команди розробників ІТ-компанії «IT-Dimension».

Першим розглянемо уривок з діалогу:

A: I got you here. I will try to revamp my prototype till tomorrow.

B: Sorry - what did u get?

A: I mean, now I understand your corrections regarding my prototype.

У даному випадку досить чітко простежується комунікативна невдача, що трапилась між двома учасниками мовленнєвого процесу. Учасник В (не носій мови) не зрозумів сенс сказаного учасником А (носієм мови), що призвело до уточнень з боку першого та, як результат, розширення мовленнєвого процесу. Причиною даної **енциклопедичної невдачі** став **семантичний бар'єр**. Є очевидним, що у зв'язку з відсутністю необхідних мовленнєвих знань та нерозуміння використаної конструкції «*I got you...*», учасник В просто не зміг правильно перекласти отримане повідомлення. Слід звернути увагу, що задля вирішення даної невдачі, учасник А вдався до перефразування сенсу сказаного у першому повідомленні, не використовуючи фразеологізовані конструкції англійської мови, які можуть бути важкі для розуміння людям з низьким рівнем знання іноземної мови.

Наступним прикладом є уривок з онлайн-чату, що виник після неочікуваного завершення онлайн-дзвінку у зв'язку з перебоями інтернет-підключення одного із учасників:

A: Waiting.

B: (in five minutes) Sorry, are you ok?

Маючи фонову інформацію щодо причин виникнення такого діалогу, можна зрозуміти, що учасник А мав на меті проінформувати учасника В про те, що він чекає на нього, як тільки учасник В дасть ладу інтернет-підключенню. Але, судячи з відповіді В, він абсолютно не зрозумів викладу А, і навпаки, зрозумів повідомлення як прохання його самого трохи почекати. Тобто в одному прикладі ми можемо визначити декілька типів комунікативних бар'єрів: 1) **технічний бар'єр** (приводом для чатування стала саме неможливість продовження онлайн-дзвінку через нестабільне інтернет-підключення); 2) **семантичний бар'єр** (у зв'язку з використанням редукованої граматичної конструкції мовцем, адресат не зміг відновити повну граматичну структуру вислову і навпаки, зовсім не зрозумів сенс викладеного адресантом). Причиною **системної невдачі**, що виникла у діалозі, можна вважати редукцію граматичної конструкції з боку мовця. Ідеальною була б конструкція: *I am waiting for you* або *Waiting for you*, тобто адресат потребував певного уточнення, хто і на кого саме чекає. Але адресант, з метою якнайбільш скоротити виклад, вилучив всі уточнення і залишив найголовніше – дієслово. Тобто тут ми можемо простежити негативну сторону прагнення учасників онлайн-комунікації зробити виклад якнайстислішим. Іншою причиною може бути факт слабого володіння мовою з боку адресанта, що не дало йому змогу коректно зрозуміти семантичний виклад іншого учасника, взявши до уваги контекстуальну/фонову інформацію. Також слід звернути увагу на те, як учасник А вирішив виправити технічний комунікативний бар'єр. Одразу після переривання зв'язку він, використовуючи онлайн-чат, дав зрозуміти своєму партнерові, що він чекає, поки той зможе вийти на зв'язок вже зі стабільним підключенням.

Наступний уривок, отриманий від замовника програмного забезпечення, є більш об'ємним та неоднозначним:

A: As I clarified earlier, the business logic should include two stages: booking and paying. Users should be able to choose what types of events they

wanna book. Event **pruducr** can manage their tables inside event and then allocate desired rates.

*B: Sorry but it's not clear for me. You mentioned previously, that we have another stage - inviting guests. Event **producer** can manage not all the tables. And what are «rates»? Do you have any specifications for that? Actually, all you are describing right now is something we had never worked before with. Or perhaps I just hesitated to ask about it...*

Перш за все, слід відзначити, що майже все повідомлення з боку А викликали питання/сумніви з боку В. Останній, в свою чергу, одразу заявив, що саме йому не зрозуміло та що потребує уточнень. Тобто тут ми маємо справу з гарним прикладом **зворотного зв'язку** учасника комунікативного процесу. В іншому випадку, без таких контрольних питань подібне непорозуміння могло би вплинути на майбутній негативний розвиток подій у проєкті (а саме, у розробці програмного забезпечення).

Іншим цікавим аспектом є друкарська помилка з боку адресанта – «*pruducr*». Дана **технічна невдача** залишилась у рамках вислову адресанта та ніяк не вплинула на сприйняття викладу з боку адресата (ми можемо зробити такий висновок, адже В у своєму повідомленні використовує коректно надруковане слово «*producer*» та має на меті оскаржити те, про ще йде мова у реченні з «*pruducr*»). Це, очевидно, обумовлено розумінням контексту з боку адресанта та графічного збігу слова з друкарською помилкою зі словом, написаним правильно. Тобто ми можемо сказати, що дана помилка **не стала комунікативним бар'єром**, а отже ніяк не вплинула на розуміння викладеного.

Наступним маркером комунікативного бар'єру, що простежується у повідомленні, є уривок «*Or perhaps I just hesitated to ask*». Тобто тут мовець припускає одну з можливих причин комунікативної невдачі, що виникла, – це **психологічний стан** мовця (скромність або нерішучість до уточнення у попередніх діалогах), що призвів до невдачі у даному мовленнєвому акті.

Загалом, аналізуючи даний уривок з онлайн-чату, можна припустити ще одну причину непорозуміння між адресантом та адресатом. Оскільки даний уривок це лише частина чату, початок та попередній хід якого нам невідомий, зі сказаного ми можемо допустити, що непорозуміння між учасниками комунікації почалося раніше. Учасник А запевняє, що він згадував про дані вимоги раніше («*As I clarified earlier...*»), учасник В, у свою чергу, з цим незгоден («*All you are describing right now is something we had never worked before with...*»). Тобто можна припустити, що причиною даного непорозуміння слугував **міжособистісний бар'єр** (бар'єр сприйняття або виборча увага).

Отже, можна дійти висновку, що при комунікації між учасниками онлайн-проектів найчастіше можна зустріти саме технічні невдачі (поганий зв'язок, друкарські помилки тощо). Це, очевидно, обумовлено каналом комунікації (більшість мовленнєвих дій проходить у онлайн-режимі). Крім цього, оскільки більшість учасників аналізованої сфери не є носіями мови, як результат, простежуються семантичні бар'єри, що може бути пояснено низьким рівнем володіння іноземною мовою. Досить важливим виявився аспект зворотного зв'язку, який може неабияк допомогти з подальшим розростанням комунікативної невдачі та переходом її від слова до світу (наприклад, виконання певних задач, які були неточно сприйняті від самого початку). Останній розглянутий приклад дав нам зрозуміти, що причина комунікативної невдачі може лежати не в поточній мовленнєвій діяльності та стані їх учасників, а в мовленнєвих діях, які відбувалися якийсь час до цього. Тобто тут ми маємо справу із бар'єрами сприйняття (увага, запам'ятовування тощо).

ВИСНОВКИ

Аспект вивчення мови з точки зору комунікативних ситуацій викликає неабияку увагу на сучасному етапі розвитку мовознавства. Свідченням тому є чисельні лінгвістичні дослідження на теми, пов'язані з професійним спілкуванням, в яких воно аналізується з різних аспектів. Саме тому питання дослідження дискурсу грає велику роль у лінгвістиці XXI століття.

Дискурс – це частина діяльності. Коли ми говоримо про дискурс, що функціонує у рамках певних статусно-рольових відносин, ми маємо справу з інституційним дискурсом. Для кожного виду інституційного дискурсу існує певна міра співвідношення між соціально значущими та особистісними компонентами. Тож, дискурсом можна вважати єдність тексту та комунікативної ситуації.

Мінімальною одиницею дискурсу є мовленнєвий акт. Загалом, мовленнєвий акт можна розглядати як мовленнєву взаємодію мовця та слухача з метою досягнення певних цілей того, хто говорить, шляхом конструювання дискурсійного значення у ході мовлення. Класифікації різних дослідників щодо типології мовленнєвих актів різняться. Основоположниками класифікацій мовленнєвих актів вважаються Дж. Остін та Дж. Серль. Більшість науковців, які мали на меті дослідити теорію мовленнєвих актів та класифікувати їх за типами, звертали увагу на класифікацію мовленнєвих актів за їх іллокутивною спрямованістю, комунікативним наміром. Класифікація мовленнєвих актів за їх іллокутивними силами, яка належить Дж. Остіну, базується на наявності відповідних перформативних дієслів. Дж. Серль, в свою чергу, наполягав на розрізненні класифікації перформативних дієслів та іллокутивних актів. Він запропонував свою класифікацію іллокутивних сил, яка не залежить від будь-якої конкретної мови. Класифікація Серля заснована на врахуванні трьох основних ознак іллокутивних актів: іллокутивної цілі, напрямі її пристосування до світу та вираженого психологічного стану мовця. Дана

класифікація стала найбільш прийнятою. Мовленнєвий акт є досить складним явищем за своєю характеристикою та класифікацією. Більшість типів мовленнєвих актів перетинаються між собою та не можуть бути абсолютно логічно диференційовані один від одного.

Комунікаційним процесам онлайн-проектів, які відносяться до інституційного дискурсу, притаманний поділ на блоки. Класифікація основних блоків комунікативного процесу онлайн-проектів (зокрема сфери ІТ) представлена у даній кваліфікаційній роботі та базується на власному досвіді роботи автора у даній сфері. Пропонована класифікація бере до уваги як усні, так і писемні процеси. Основними комунікативними блоками при веденні проєктної діяльності постають: командна робота, мітинги, планування, розподіл ролей, звітування тощо. Даний вид комунікації є досить складним явищем, який включає в себе певні особливості та бере до уваги ролі учасників у проєктній діяльності. Розглянуті у кваліфікаційній роботі аспекти та особливості проєктної комунікації є досить важливими для учасників проєктів та мають вагомий вплив на успішність та злагоджену роботу всього ланцюга працівників. Гарно злагоджена професійна комунікація зазвичай економить безліч часу, спрощує повсякденні процеси та, загалом, є властивістю успішного життєздатного проєкту. Наведені у роботі процеси комунікації є релевантними у наш час, хоча й даний вид діяльності продовжує швидко розвиватись та отримувати нові підходи, ідеї, інструменти тощо. Даний факт можна вважати гарним знаком ефективності та затребуваності даної сфери діяльності.

Ряд структурно-граматичних та лексико-стилістичних особливостей комунікації між учасниками онлайн-проектів дають привід вважати, що одними з головних їх цілей є швидкий, стислий, але в той же час точний та глибоко наповнений обмін інформацією. У проаналізованих повідомленнях спостерігається вживання поширених речень, що характеризуються частим додаванням однорідних членів речення. Прямий порядок слів у реченні надає виразу структурованості, що полегшує сприйняття інформації та економить

час на її розуміння. Додавання уточнювальних конструкцій за допомогою використання форм Participle слугує інструментом доповнення думки зі збереженням стислості виразу: синтаксична конструкція стає складнішою, але висловлення стає глибшим за наповненням, при цьому зберігаючи лаконічність. Наявність великої кількості безособових конструкцій робить повідомлення більш узагальненим та об'єктивним, позбавляючи його емоційного забарвлення та виносячи особистісний аспект на другий план. Широке використання різних форм інфінітиву та герундія направлено на спрощення граматичних конструкцій, що також веде до редукції висловлення та, іноді, до спрощення структури речення. Частими випадками є вилучення артиклів та усічення граматичних конструкцій. Дані явища можуть бути обумовлені низьким рівнем знання мови у адресанта або навмисним усіченням виразу, що забезпечує редукцію комунікативної дії без втрати змісту викладу.

Уваги також потребує той факт, що лексика даної сфери багата на професіоналізми, кліше та фразові дієслова. Крім того, учасники проектної комунікації є одними з найяскравіших творців нових аббревіацій та усічень. Цей факт обумовлений високою потребою у швидкій передачі мовленнєвих конструкцій, друкування або промова яких може зайняти більше часу, ніж учасник комунікації може на це пожертвувати. Наведені складові є великою частиною лексичного наповнення текстів онлайн-проектів. Більш того, з кожним роком вони продовжують стрімко розвиватись, що вказує на їх значущість для учасників комунікації.

Говорячи про дискурс у межах певного інституту, не можна обійти стороною комунікативні невдачі, що є невід'ємною частиною процесу комунікації. Під комунікативною невдачею слід розуміти недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети, а також відсутність взаємодії, порозуміння та згоди між учасниками спілкування. Серед причин комунікативних невдач виділяють: відмінності у картинах світу, розбіжність оцінок явищ дійсності, некоректне розуміння або використання мови,

проблеми при висловлюванні думок. Також джерелами комунікативних невдач є комунікативні бар'єри. Під комунікативними бар'єрами можна розуміти всі фактори, що сприяють спотворенню або втраті переданого повідомлення. Вони включають: міжособистісні, технічні, міжмовні, соціальні та психологічні бар'єри. Шляхи до подолання комунікативних бар'єрів загалом виходять з джерел їх виникнення. Розуміючи, що конкретно є приводом до комунікативної перепони, комунікант може побудувати план її подолання. Слід взяти до уваги, що багато з досліджених шляхів подолання комунікативних бар'єрів орієнтуються на способи, що направлені саме на партнера комунікативного акту, його знання, реакцію, ставлення тощо. Наслідком комунікативних бар'єрів є комунікативні шуми. Шумами можна назвати будь-яке спотворення інформації, що передається, під час комунікативного процесу. Причинами таких шумів виступають мовець та канал комунікації. Обидва об'єкти мають великий вплив на передачу та остаточне отримання повідомлення від адресанта до адресата.

SUMMARY

The aspect of language learning in terms of communicative situations attracts a great attention at the nowadays stage of linguistics development. This can be proved by numerous linguistic studies on topics related to professional communication which is analyzed from various angles. That is why the question of discourse research plays an important role in the linguistics of the XXI century.

Discourse is a part of activity. When we talk about discourse that operates within a certain status-role relationship, we are dealing with institutional discourse. There is a degree of correlation between socially-significant and personal components for each type of institutional discourse. Therefore, the discourse can be considered as the unity of the text and the communicative situation.

The minimum unit of discourse is the speech act. In general, a speech act can be considered as a speech interaction between the speaker and the listener in order to achieve certain goals of the speaker by constructing discursive meaning in the course of speech. Different researchers' classifications of the typology of speech acts vary greatly. J. Austin and J. Searle are considered to be the founders of the speech acts classifications. Most scholars, who aimed to study the theory of speech acts and classify them by type, paid attention to the classification of speech acts by their illocutionary orientation and communicative intention. The classification of speech acts according to their illocutionary forces, which belongs to J. Austin, is based on the presence of appropriate performative verbs. J. Searle, in turn, insisted on distinguishing between the classification of performative verbs and illocutionary acts. He proposed his own classification of illocutionary forces, which does not depend on any particular language. Searle's classification is based on three main features of illocutionary acts: the illocutionary purpose, the direction of their adaptation to the world and the psychological state expression of the speaker. This classification has become the most common. The speech act is a rather complex phenomenon in its characteristics and classification. Most types of

speech acts intersect with each other and cannot be completely logically differentiated.

The communication processes of online projects, which belong to the institutional discourse, are characterized by the division into blocks. The classification of the main blocks of the online projects communicative process (in particular the IT area) is presented in this qualification work and is based on the author's own experience in this sphere. The proposed classification takes into account both oral and written processes. The main communicative blocks in conducting project activities are: team work, meetings, planning, distribution of roles, reporting, etc. This type of communication is a rather complex phenomenon, which includes certain features and takes into account the role of participants in project activities. The aspects and features of project communication considered in the qualification work are important enough for project participants and have a significant impact on the success and smooth operation of the entire chain of workers. Well-coordinated professional communication usually saves a lot of time, simplifies everyday processes and is a characteristic of a successful viable project in general. The communication processes presented in this paper are relevant nowadays, although this type of activity continues to develop rapidly and receive new approaches, ideas, tools and more. This fact can be considered as a good sign of efficiency and demand for this area of activity.

A number of structural-grammatical and lexical-stylistic features of communication between participants of online projects give reason to believe that one of their main goals is fast, concise, but at the same time accurate and deep information exchange. There is the use of extended sentences, characterized by frequent addition of homogeneous members of the sentence. The direct word order in a sentence makes the expression structured, which facilitates the perception of information and saves time on its understanding. Adding clarifying constructions with forms of Participle serves as a tool to complement the idea while maintaining the brevity of the expression: the syntactic construction becomes more complex, but the expression becomes deeper in content, while maintaining conciseness. The

presence of a large number of impersonal constructions makes the expression more generalized and objective, depriving it of emotional coloring and bringing the personal aspect to the background. Extensive use of various forms of infinitive and gerund is aimed at simplifying grammatical constructions, which also leads to the reduction of expression and, sometimes, to the simplification of sentence structure. Frequent cases are the removal of articles and simplifying grammatical constructions. These phenomena may occur due to the low level of speaker's language knowledge or intentional reduction of expression, which provides a reduction of communicative action without losing the content of the statement. Attention should also be paid to the fact that the vocabulary of this area is rich in professionalisms, set phrases and phrasal verbs. In addition, the participants of the project communication are one of the most vivid creators of new abbreviations and acronyms. This is attributable to the great need for rapid transmission of speech structures, the typing or pronouncing of which may take longer than a participant in communication can sacrifice. These components are a large part of the lexical content of the online projects texts. Moreover, they continue to grow rapidly every year, which indicates their importance to the participants of communication.

Speaking of discourse within a particular institution, one cannot ignore communicative failures, which are an integral part of the communication process. Communicative failure should be understood as the failure of the initiator of communication to achieve a communicative goal, as well as the lack of interaction, understanding and agreement between the participants. Among the causes of communicative failures are: differences in worldviews, differences in assessments of the phenomena of reality, incorrect understanding or use of language, problems in expressing opinions. Communication barriers are also a source of communication failure. Communication barriers can be understood as all the factors that contribute to the distortion or loss of the transmitted message. These include: interpersonal, technical, interlingual, social and psychological barriers. Ways to overcome communication barriers generally come from the source of the barrier. Realizing what exactly is the reason for the communicative barrier, the

communicator can build a plan to overcome it. It should be borne in mind that many of the studied ways of overcoming communication barriers focus on options that are aimed at the partners of the communicative act, their knowledge, reaction, attitude and so on. Communication barriers result in communication noise. Noise can be any distortion of the information transmitted during the communication process. The causes of such noise are the speaker and the communication channel. Both objects have a great influence on the transmission from the sender to the recipient and final receiving of the message.

DISCOURSE, COMMUNICATION, SPEECH ACT, TEXT, ONLINE PROJECT, COMMUNICATIVE BARRIER

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : СЭ, 1990. С. 52-58.
2. Балли Ш. Язык и жизнь. М. : Едиториал УРСС, 2003. 232 с.
3. Бас-Кононенко О. Сучасна українська мова. Лексикологія. Фонетика. К. : Знання, 2013. 340 с.
4. Бенвенист Е. Общая лингвистика / под. ред., с вступительной статьей и комментарием Ю. С. Степанова. М. : Прогресс, 1974. 446 с.
5. Березин В. М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М. : Изд-во РУДН, 2002. 183 с.
6. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. СПб. : Питер, 2000. 256 с.
7. Валгина Н. С. Теория текста. М. : РОССПЭН, 2009. 356 с.
8. Василика М. А. Основы теории коммуникации. М. : Гардарики, 2007. 615 с.
9. Вежбицкая А. Лингвистическая прагматика. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. М. : Прогресс, 1985. С. 251-275.
10. Гловинская М. Я. Речевые акты и вид глагола. Логический анализ языка. Модели действия. М. : Наука, 1992. 108 с.
11. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. М. : Лабиринт, 1997. 304 с.
12. Грачев М. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М. : Прометей, 2004. 121 с.
13. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. М. : Прогресс, 1984. 360 с.
14. Дорофеева И. Модель Шеннона-Уивера и ее значение для развития теории коммуникации // Языковой дискурс в социальной практике. Тверь : ТвГУ, 2013. С. 49-53.

15. Залевская А. А. Проблемы понимания текста // Слово. Текст. Избранные труды. М. : Гнозис, 2005. С. 75-80.
16. Иванова І. Б., Дейнека Н. П., Кондрашенко Г. П. Українська мова : навчальний посібник для школярів, абітурієнтів та студентів. Харків : Шанс, 2005. 125 с.
17. Карасик В. И. Дискурс // Энциклопедия «Дискурсология». Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2015. С. 147-149.
18. Карасик В. И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград : Перемена, 2000. 144 с.
19. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 477 с.
20. Караулов Ю. Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети. М. : Ин-т язык. РАН, 2000. 302 с.
21. Карцевский С. Из лингвистического наследия. М. : Языки славянской культуры, 2000. 348 с.
22. Кизилова В. В. Теорія і практика мовленнєвої комунікації : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2011. 183 с.
23. Ключев С. В. Речевая коммуникация. М. : ПРИОР, 1998. 175 с.
24. Кожемякин Е. А. Институциональные дискурсы: программа сравнительных исследований // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар : Эдитус, 2007. С. 96-106.
25. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. 284 с.
26. Кузнецов И. Н. Преодоление коммуникативных барьеров в общении // Центр дополнительного образования Элетариум : электронный ресурс. URL : http://www.elitarium.ru/preodolenie_barerov_v_obshhenii.html (дата звернення: 16.09.2021).

27. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию: Учебное пособие. М. : Гносис, 2013. 368 с.
28. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М. : ИТДГК «Гносис», 2003. 280 с.
29. Миронова Е. А. Вариативность перлокутивного эффекта «вынуждение к сочувствию» (на материале бытовых диалогов англоговорящих и русскоговорящих коммуникантов) : автореф. дис. ... канд. фил. наук : [спец.] 10.02.19 «Теория языка» / Ростовский государственный педагогический университет. Ростов-на-Дону, 2006. 23 с.
30. Остин Дж. Теория речевых актов // Слово как действие. Новое в зарубежной лингвистике. М. : Прогресс, 1986. С. 22-129.
31. Парыгин Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб. : ИГУП, 1999. 412 с.
32. Попова Т. П. Дискурс как речевое произведение в обучении иноязычному общению // Приволжский научный журнал. 2013. № 14 (273). С. 138-143.
33. Самохина Г. С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур. М. : Р. Валент, 2005. 215 с.
34. Сдобнова Ю. Н. Лингвистическое отображение современных социальных тенденций в институциональном дискурсе : автореф. дис. ... канд. фил. наук. : [спец.] 10.02.05 «Романские языки» / Московский государственный лингвистический университет. М. : МГМО, 2014. 24 с.
35. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
36. Серль Дж. Теория речевых актов. М. : Прогресс, 1998. 180 с.
37. Смирнова М. Н. Коммуникативные неудачи в неофициальном диалоге. М. : ФЛИНТА, 2011. 93 с.
38. Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. / наук. ред. О. М. Холод. К. : МЦД СК «Комтека», 2015. 314 с.
39. Степанов Ю. С. Язык и наука конца XX века. М. : РАН, 1996. 432 с.

40. Сусов И. П. Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия. М. : АСТ. Восток-Запад, 2006. 295 с.
41. Фуко М. Порядок дискурса. Работы разных лет. М. : Касталь, 1996. 448 с.
42. Шевченко И. С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование // Вісник Харків нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. 2003. С. 12-14.
43. Шпербер Д. Новое в зарубежной лингвистике. М. : ФАИР-ПРЕСС, 2011. 320 с.
44. Штерн І. Б. Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних гуманітарних дисциплін та гуманітарної інформатики. К. : Артєк, 1998. 336 с.
45. Щілінська Г. Комунікативні бар'єри у процесі міжкультурної взаємодії студентів та шляхи їх вирішення // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. Вип. 18. 2015. С. 50-58. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2015_18_8 (дата звернення: 29.10.2021).
46. Яковлева Н. В. Науково-теоретичні підходи до вивчення проблеми комунікативних бар'єрів // Зб. наук. пр. інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. К., 2002. С. 290-295.
47. Якубинский Л. П. Избранные работы. Язык и его функционирование. М. : УРСС, 1986. 206 с.
48. Яшенкова О. В. Основи теорії мовленнєвої комунікації : навч. посіб. для самостійної роботи студента. К. : Академія, 2011. 304 с.
49. Austin. J. L. How to Do Things with Words. 2nd edition. Cambridge : Harvard University Press, 1975. 192 p.
50. Blum-Kulka S. Discourse Pragmatics // Discourse as Social Interaction. London : Sage, 1997. P. 38-63.
51. Cialdini R., Morgan N., Tannen D. HBR's 10 Must Reads on Communication. Cambridge : Harvard Business Review Press, 2013. 208 p.
52. Clark H. H. Responding to Indirect Speech Acts. Pragmatics. New York : Oxford University Press, 1991. 265 p.

53. Cole P. Further Notes on Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 9: Pragmatics. New York : Academic Press, 1980. P. 113-128.
54. Dominick J. R. The Communication Process // The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age. New York : McGraw-Hill College, 2011. P. 2.
55. Edwin R., Richard E., Larry A. Understanding Intercultural Communication: The Working Principles. Boston : Cengage Learning, 2009. 532 p.
56. Grice H. P. Logic and Conversation // Speech Acts. New York : Academic Press, 1975. Vol. 3. P. 41-58.
57. Holtgraves T. Language as Social Action: Social Psychology and Language Use. Mahwah : Erlbaum, 2002. 232 p.
58. Horine G. Project Management Absolute Beginner's Guide. Hoboken : Que Publishing, 2017. 448 p.
59. Interplay. The Process of Interpersonal Communication. 12th edition. Oxford : Oxford University Press, 2013. 411 p.
60. Lakoff R. The Pragmatics of Modality // Papers from the 8-th Regional Meeting. Chicago, 1972. P. 155-159.
61. Maxwell J. Everyone Communicates, Few Connect. Nashville : Thomas Nelson, 2010. 272 p.
62. McCroskey J. C. An Introduction to Rhetorical Communication: A Western Rhetorical Perspective. 9th edition. London, Routledge, 2016. 352 p.
63. Newton R. Project Management Step by Step: How to Plan and Manage a Highly Successful Project. London : Pearson UK, 2012. 168 p.
64. Portny S. E. Project Management All-in-One for Dummies. Hoboken : John Wiley and Sons, 2020. 608 p.
65. Rentz K., Lentz P. Business Communication: A Problem-Solving Approach. 1st edition. New York : MC GRAW HILL, 2019. P. 56-60.
66. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Cambridge : Blackwell, 1994. 470 p.

67. Schultze Q. An Essential Guide to Interpersonal Communication. Ada : Baker Academic, 2015. 160 p.
68. Searle J. R. Expression and Meaning. London : Cambridge University Press, 1980. 187 p.
69. Searl. J. R. Speech Acts. Cambridge : Cambridge University Press, 1969. 201 p.
70. Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication : electronic version. URL : https://monoskop.org/images/b/be/Shannon_Claude_E_Weaver_Warren_The_Mathematical_Theory_of_Communication_1963.pdf (дата звернення: 14.10.2021).
71. Verderber K. S. Communicate! 14th edition. Wadsworth : Cengage Learning, 2014. 156 c.
72. Wood J. Interpersonal Communication: Everyday Encounters. 6th edition. Boston : Cengage Learning, 2010. 368 p.