

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Факультет романо-германської філології

І.М. Колегаєва

ХУДОЖНЯ, НАУКОВА І МАС-МЕДІЙНА КОМУНІКАЦІЯ

ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Методичні рекомендації до вибіркового спецкурсу
для здобувачів вищої освіти III (освітньо-наукового) ступеня
спеціальності 035 «Філологія»

Одеса – 2020

УДК 811.11:13(067)

Рецензенти:

Карпенко О.Ю. – доктор філологічних наук, завідувач кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Віт Ю. В.– кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рекомендовано до друку кафедрою лексикології і стилістики англійської мови (Протокол № 5 від 8 січня 2020 року); Навчально-методичною комісією факультету романо-германської філології (Протокол № 5 від 29 січня 2020 року); Вченою радою факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (Протокол № 5 від 12 лютого 2020 року)

Колегаєва І.М. Художня, наукова і мас-медійна комунікація як об'єкт лінгвістичних досліджень: методичні рекомендації до вибіркового спецкурсу для здобувачів вищої освіти III (освітньо-наукового) ступеня спеціальності 035 «Філологія». Одеса: ПоліПринт, 2020. 24 с.

Методичні вказівки адресовані аспірантам першого року навчання (денної і вечірньої форм навчання) спеціальності 035 – філологія, які вибірковою дисципліною визначили курс *Художня, наукова і мас-медійна комунікація як об'єкт лінгвістичних досліджень*.

Видання ставить за мету ознайомити здобувачів освіти із засадами комунікативної лінгвістики у її різностильовому розгалуженні; сформувати *теоретичні знання* у галузі трьох найбільш розповсюджених видів сучасного дискурсу: художнього, наукового і мас-медійного, а також сприяти поглибленню *практичних навичок* у ефективній комунікації в кожному із різновидів, передовсім у науковій комунікації як найактуальнішій в майбутній професійній діяльності Ph D аспірантів.

© Колегаєва І.М., 2020

© Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2020

Вступ

Методичні вказівки адресовані аспірантам першого року навчання (денної і вечірньої форм навчання) спеціальності 035 – філологія, які вибірковою дисципліною визначили курс *Художня, наукова і мас-медійна комунікація як об'єкт лінгвістичних досліджень*.

Видання ставить за мету ознайомити здобувачів освіти із засадами комунікативної лінгвістики у її різностильовому розгалуженні; сформувати *теоретичні знання* у галузі трьох найбільш розповсюджених видів сучасного дискурсу: художнього, наукового і мас-медійного, а також сприяти поглибленню *практичних навичок* у ефективній комунікації в кожному із різновидів, передовсім у науковій комунікації як найактуальнішій в майбутній професійній діяльності Ph D аспірантів.

Завдання, що стоять перед даною дисципліною, є наступними:

- * ознайомлення слухачів із існуючими теоретичними підходами до вивчення людської комунікації;
- * висвітлення особливостей спілкування в різних його видах: художньому, науковому, мас-медійному;
- * з'ясування специфіки комунікативних ролей адресанта і адресата у кожному типі комунікації;
- * вироблення у слухачів свідомого ставлення до завдань, цілей, прийомів, використовуваних у кожному типі спілкування;
- * навчання навичкам ефективної реалізації комунікативної ролі адресанта (передусім у науковій комунікації) і адресата (у всіх трьох типах).

Успішне оволодіння вибірковою дисципліною має завершитись досягненням наступних результатів:

*уміння проводити критичний огляд і узагальнення сучасних і попередніх наукових теорій на сутність феномену людської комунікації;

*здатність вибудувати власну концепцію досліджуваної наукової проблеми;

*уміння обирати адекватну методологію, яка забезпечить досягнення суттєвих результатів наукового дослідження;

*навички планування в стратегічній і тактичній перспективі власного наукового проєкту;

*вміння користуватись інформаційними технологіями у професійній діяльності;

*оволодіння навичками ефективної фахової комунікації як засобами державної мови, так і англійської мови (як лінгва франка), як в усному, так і в письмовому модусах;

*окреслення стратегії академічного зростання і самовдосконалення як у межах аспірантури, так і поза ними.

Методичні вказівки можуть бути використані для самостійної підготовки аспірантів до семінарських занять з дисципліни *«Художня, наукова і мас-медійна комунікація як об'єкт лінгвістичних досліджень»*.

Змістовий модуль 1. Монокодова VS полікодова комунікація як об'єкт вивчення

Тема 1. Базові термінопоняття теорії комунікації: знак, код, вербалізація, кодування/декодування повідомлення, адресант, адресат.

Питання: Для чого люди розмовляють один з одним? Можлива відповідь: люди розмовляють, коли хочуть *щось повідомити іншій людині*. Потреба в спілкуванні з іншою людиною – це потреба передати *іншому певну інформацію*. Зважимо, що *інформація* ідеальна, це сума відомостей, образів, уявлень. Це «робота» нейронів кори головного мозку. Поділитися інформацією означає змусити нейрони іншої людини «працювати» так само, як ваші нейрони.

Для цього інформацію треба *матеріалізувати* і *відокремити* від свідомості. Інакше кажучи, виконати операцію *відчуження інформації*. Задля цього "хазяїн" інформації: а) *кодує* її, тобто заміняє думку словом, б) збирає слова до купи і фіксує їх у *повідомленні*.

Тепер інформація відчужена, матеріалізована і доступна *іншій* людині. Ця *інша* людина має можливість привласнити собі відчужену інформацію. Задля цього вона: а) *декодує* повідомлення, тобто заміняє слово думкою, б) її нейрони починають працювати так само, як і нейрони того, хто *кодував* інформацію. Тепер ця *інша* людина володіє відповідною (відчуженою) інформацією.

Обидві ці людини зайняті *комунікативною діяльністю*, вони обидва є *комунікантами*. Той, хто відчужує інформацію, *кодує* її і створює повідомлення, є **адресантом**. Той, хто привласнює інформацію, *декодує* повідомлення, є **адресатом**.

Кодуючи і декодує повідомлення комуніканти послуговуються знаками певного коду. Якщо це мовний код (а не, скажімо, азбука морзе, сигнали світлофора), то знаком передусім виступає слово. **Мовний знак** – це двостороннє (білатеральне) утворення, яке складається із *позначального* (форми, десигната) і *позначуваного* (змісту: референту і сигніфікату).

Мовний знак (e.g.слово) позначає (репрезентує) предмет (e.g.*крейда*) або якість (*біла*), або відношення (*погана*), або дію, (*пише*).

Мова здатна означити і описати весь світ, як реальний, такі вигаданий. Для цього потрібно замінити думку *словом*, тобто закодувати її за допомогою **мовного/вербального коду**.

Мовний/вербальний код – це система знаків природної мови (англійської, української, російської, китайської...), які використовуються для *словесної* репрезентації інформації. Інформацію можна:

* *віддати* іншій людині, ця діяльність називається **кодуванням**, нею займається **адресант**,

* *отримати* від іншої людини, ця діяльність називається **декодуванням**, нею займається **адресат**.

Тема 2. Вербальна, невербальна комунікація. Переваги і недоліки кожного із цих різновидів в умовах усної і письмової, контактної і дистанційної комунікації. Особливості полікодової комунікації.

Спілкування людей може відбуватись за посередництва не тільки мовної, або вербальної комунікації, але і також із залученням знаків невербального коду. Така комунікація називається паравербальною. Її вивчає паралінгвістика. **Паралінгвістика** – це наука про паравербальні (немовні) засоби спілкування, які супроводжують або заміщають мовлення при письмовій чи усній комунікації

Кожний із цих видів комунікації (усний чи писемний) користується власним набором паравербальних засобів, які доповнюють, а іноді заміщають усне/звукове мовлення і письмове/графічне мовлення. **Паравербальні засоби спілкування** в письмовій комунікації називаються **параграфемікою**, в усній комунікації – **фонацією** і **кінесико**.

В письмовій комунікації кожен із комунікантів виконує свою діяльність (адресант кодує, адресат декодує повідомлення) у своєму часі і просторі. Вони між собою спілкуються, **не бачачи і не чуючи один одного**. Це т. зв. **неконтактна комунікація** (*not face-to-face communication*). Адресат не бачить адресанта, а бачить повідомлення, яке є графічним масивом із графем (літер і пунктуаційних знаків), які розташовані на матеріальному знаконосії (аркуші паперу, сторінці в книзі, екрані монітора). Заповнений графемами простір знаконосія (наприклад, сторінки) називається англійським словом **lay-out** (приблизний український еквівалент – *формат*).

Зазвичай **зовнішній вигляд графем** (їх розмір, манера написання, колір) **самі по собі** не є джерелом інформації, передавачем якої-небудь **окремої** інформації, окрім тої, що виражена словами (вербально). Графічний масив є так би мовити «прозорим» для нашого когнітивного сприйняття. Читач «дивиться крізь нього», сприймаючи передусім інформацію, передану словами.

Але іноді ситуація змінюється. Графічна форма повідомлення починає функціонувати «самостійно». Наведемо кілька прикладів. В учбовому тексті (підручник) якась частина тексту надрукована літерами, чії лінії товстіші, аніж у літерах решти тексту (т. зв. жирний шрифт). Адресат, читаючи цю частину текста і розуміючи значення використаних слів, отримує додаткову інформацію: *це важливо, зверніть увагу, запам'ятайте*, при цьому нічого подібного не сказано словами. Працює *параграфеміка*. В комп'ютерному тексті серед ланцюжка графем чорного кольору якась його частина має синій колір. Адресат розуміє, що окрім інформації вираженої суто словесно, йому пропонують наступне: читачу, ти дивишся на *посилання (link)*, якщо клікнеш по ньому мишкою, з'явиться інше повідомлення. Про цю пропозицію (клікнути і відкрити інший текст) адресат дізнається завдяки *синьому* кольору слова, словосполучення, який вирізняє його на тлі усього текстового масиву *чорного* кольору. Словесно ця рекомендація не виражена. Працює *параграфеміка*. Формат такого документу, як *заява, протокол, с.в.* або *резюме* завжди є сигналом приналежності тексту до певного *жанру* письмової комунікації. В чистому вигляді (без опори на словесний ряд) параграфеміка працює в *іконічних знаках*: схемах, діаграмах, емотіконах (т.зв. смайліках).

Комунікація, яка послуговується в межах одного повідомлення засобами вербального і параграфемного кодів, називається *полікодовою комунікацією*.

При усному спілкуванні кожний із комунікантів виконує свою діяльність (адресант кодує, адресат декодує повідомлення) у спільному часі і просторі. Вони між собою спілкуються, **бачачи і чуючи один одного**. Це т. зв. *контактна* комунікація (*face-to-face* communication). Тут працюють акустичний + зоровий канали. При цьому на кожному із цих каналів функціонують власні/різні *паравербальні засоби комунікації*.

Фонація – це якість звучного мовлення. Фонаційні засоби обіймають *тембр, темп, мелодику, паузацію, акцент*. **Кінетика** – це сукупність

жестово-мімічних засобів комунікації. Кінетичні засоби спілкування обіймають *кінеми* (знакові *жести*), *пози*, *міміку*.

Сукупність знакових жестів (кінем) як засіб спілкування не глухонімих людей поза акустичною базою (або паралельно із нею) називають **МОВОЮ ЖЕСТІВ**. Англomовний еквівалент – *body language*.

Жести, якими послуговуються люди, не здатні говорити і чути (глухонімі), і ті, хто з ними спілкується використовують мову глухонімих. Є навіть спеціальна професія *сурдоперекладач*. **Мова глухонімих** – це штучна кодифікована жестова мова, якою послуговуються глухонімі і ті, хто з ними спілкується. Англomовний еквівалент – *sign language*.

Звернімо увагу: **Мова глухонімих (*sign language*)** не співпадає із національною ***вербальною*** мовою відповідного етносу.

Отже глухонімий англієць не зрозуміє глухонімого американця, оскільки вони користуються різними мовами (BSL=British Sign Language) і (ASL=American Sign Language), відповідно.

Тема 3. Монокодова VS полікодова комунікація в художньому, науковому і мас-медійному дискурсі. Методи дослідження кожного типу комунікації.

Комунікація, яка послуговується в межах одного повідомлення засобами вербального і параграфемного кодів, називається *полікодовою комунікацією*.

В художньому дискурсі полікодова комунікація широко застосовується в дитячій літературі, це ілюстрації, що супроводжують вербальне повідомлення, іноді дублюючи його, іноді заміщаючи певну частину словесного тексту. Яскравим прикладом полікодової розважальної літератури є комікси, адресовані читацькій аудиторії різного віку і культурного рівня. Параграфеміка виконує роль емоційно-наочного засоба представлення певної інформації: гучний голос героя передається збільшеним кеглем його реплік і навпаки, петіт свідчить про тихий голос або маленькі розміри персонажа-мовця.

Мас-медійна комунікація надзвичайно активно використовує параграфеміку. Широковідомим прийомом подачі інформаційних фрагментів різного ступеню важливості є використання різного шрифту: жирним, крупного кегля шрифтом представляється заголовок, меншим кеглем – підзаголовок, петітом – деталі і подробиці повідомлюваної події. Це надає можливості різним читачам обирати власний модус сприйняття новостійних повідомлень: у режимі перегляду (знайомство тільки із заголовками) або ретельне читання (весь наявний текстовий масив). Рекламний дискурс, що є невід'ємною складовою мас-медійної комунікації, використовує найширшу палітру полікодових повідомлень: фото, малюнки, колажі, шрифтові акценти, колір, формат і т.ін. Все це націлене на завойовування уваги читача, який засадничо є "неуважним" читачем в такому різновиді дискурсу.

Наукова комунікація також демонструє активне використання полікодових повідомлень, тобто вербального тексту, який супроводжується графіками, діаграмами, таблицями, схемами. Всі подібні невербальні, або

змішані комунікативні фрагменти дискурсу виконують передусім функцію оптимізації передачі інформації у стислий і наочний спосіб.

Дослідження кожного із зазначених різновидів полікодового дискурсу вимагає своїх процедур вивчення, таксономії і подальшої інтерпретації отриманих спостережень.

Питання до змістового модулю 1.

1. Розкрийте значення термінів *код*, *знак*, *кодування*, *декодування*. Наведіть приклади із різних типів дискурсу.
2. В чому полягає особливість комунікативної діяльності адресанта і адресата?
3. Яким чином працюють канали зв'язку між комунікантами (зоровий, акустичний) в різних модусах комунікації.
4. Що таке *паралінгвістика*? Що вона вивчає?
5. Розкажіть про параграфеміку, розкажіть про її різновиди в різностильових і різножанрових типах комунікації.
6. Які різновиди невербальних засобів спілкування вам відомі? Наведіть приклади.
7. Що таке *контактна* і *неконтактна комунікація*? В чому переваги і недоліки кожної із них?
8. Як ви розумієте тезу про те, що графічний масив тексту зазвичай є "прозорим" для читача?
9. Якими засобами параграфеміки ви послуговуєтесь у власному дослідженні? В чому їх ефективність?
10. Чи можемо ми, не володіючи певною мовою, розпізнати тип письмового документу виключно по його формату (lay-out)? Обґрунтуйте своє судження.

Змістовий модуль 2. Первинна VS вторинна комунікація в художньому, науковому і мас-медійному дискурсі.

Тема 4. Поняття первинності і вторинності (відтворюваності) комунікації

Більшість комунікативних повідомлень у повсякденному, художньому і науковому дискурсі є первинними. Під цим розуміємо породження повідомлення адресантом від свого імені і передачу повідомлення безпосередньо адресату. Це схема умовно позначена як "я розмовляю з тобою".

В окремих випадках адресант виступає не від свого імені, а переказує певне повідомлення, що вже було попередньо вимовлено кимось іншим, адресованим іншому адресату, аніж той, хто вислуховує переповідання. Схема умовно отримує таку модифікацію "я розповідаю тобі про розмову іншої людини зі мною, або про розмову інших людей між собою". В цьому випадку відбувається вторинна, відтворена комунікація. У комунікативному ланцюжку "адресант - кодування - повідомлення - декодування - адресат" з'являється додаткова ланка, оскільки адресант відтворює *попередню* комунікацію, що відбулась раніше. Нерідко це супроводжується мовленнєвою маскою, якою послуговується переповідач: якщо він передає мовлення особи, що йому неприємна, його голос отримує модуляції "гидкої", утрированої вимови. Завдяки мовленнєвій масці слухач однозначно здогадується про ставлення мовця до відтвореної комунікативної події.

В письмовому спілкуванні також можлива вторинна комунікація. Тут вона приймає риси цитування "я пишу тобі щось" – первинна комунікація.; "я описую тобі щось сказане/написане іншою людиною, що було адресоване мені або адресоване іншій людині" – вторинна комунікація.

Поява додаткової ланки (відтвореного повідомлення) у комунікативному ланцюжку має велике значення і варіює у вигляді різних конфігурацій комунікативних інтенцій і комунікативних наслідків.

Тема 5. Варіанти вторинної комунікації в художньому, науковому, мас-медійному дискурсі: цитування, переказ, посилення, алюзія. Їхні лінгвальні і паралінгвальні маркери.

В кожному із розглянутих дискурсах – художньому, науковому, мас-медійному – вторинна комунікація здійснюється у своєрідний спосіб.

В художньому дискурсі вторинною комунікацією є все персонажне мовлення. Адже письменник оповідає читачеві про вигаданий світ, населений вигаданими особами, що вчиняють вигадані дії. Ці особи спілкуються між собою, про що автор більш чи менш деталізовано сповіщає читача. Більший ступінь деталізації залучає не тільки позначення того, хто говорить, але і голосові, емоційні, кінетичні параметри комунікативної поведінки персонажа-адресанта, а також реакцію персонажа-адресата. Репліки персонажного діалогу в традиційний спосіб графічно виокремлюються із масиву тексту (з нового рядка і після дефісу, або у лапках). Менший ступінь деталізації (аж до повного нівелювання його) передбачає тільки відтворення реплік, виокремлених графічно. Авторський коментар мінімальний, або навіть відсутній.

У мас-медійному дискурсі вторинна комунікація зазвичай представлена фрагментарним вживанням чужих висловлювань (експертів, свідків і т.п.), що вкраплені у мовлення автора публікації. Маркування адресанта відтворюваного повідомлення зазвичай експліцитне, часто із наданням аргументації: чому наведено висловлювання саме цієї особи, в чому інформативна цінність саме цього відтворюваного висловлювання. Графічне виокремлення такого висловлювання в окремий рядок не є характерним.

У науковому дискурсі вторинна комунікація практично присутня у будь-якому тексті. Тут вона приймає вигляд цитування, переказу, іноді алюзії на певний прецедентний текст. За винятком алюзії решта відтворюваних повідомлень обов'язково маркуються: експліцитним указанням на автора цитованого чи переказаного повідомлення (ступінь

експлікації зазвичай висока – наводиться прізвище, ініціали адресанта, чиє повідомлення відтворено, указується джерело, звідки вилучено відтворене повідомлення, і навіть сторінка, звідки воно вилучено). Графічне виокремлення варіює від звичайних лапок цитованого тексту до окремого абзацу, іноді іншим шрифтом разом із збільшеним лівим полем.

Тема 6. Особливості відтворення попередньо існуючої/вигаданої комунікації у художньому, науковому, мас-медійному дискурсі. Поняття *плагіату* в термінах теорії комунікації. Принципи академічної доброчесності як регулятор комунікативної ролі адресанта в науковому дискурсі.

Відтворене повідомлення значною мірою варіюється в аспекті його реальності чи контрфактності, вигаданості. Зрозуміло, що в художньому дискурсі такі повідомлення є вигаданими. Діалоги персонажів є художній засіб характеристики дієвих осіб, зображених у творі, засіб просування сюжету, іноді протагоністу вкладають в уста певні важливі для автора філософські, морально-етичні міркування, тощо. Статус несправжності, вигаданості зображеного спілкування залишається "за рамками" художньої комунікації, він входить в "правила гри".

Мас-медійна комунікація, навпаки, усіляко акцентує істинність зображеного мовлення. Статус видання є маркером такого підходу до подачі чийхось висловлювань (згадаймо різницю між т.зв. "якісною" і "жовтою" пресою).

Наукова комунікація принципово базується на правдивому відтворенні правдивих повідомлень, зроблених реальними і поіменно названими мовцями. Не дотримання цього засадничого принципу є грубим порушенням наукової етики. Приписування чужих комунікативних продуктів самому собі є плагіатом. Приписування неіснуючих комунікативних продуктів реальним комунікантам є фальсифікацією. Обидва варіанти означають академічну недоброчесність автора наукової публікації і передбачають сувору відповідальність.

Питання до змістового модулю 2.

1. Як ви розумієте різницю між первинною і вторинною (відтвореною) комунікацією? Наведіть приклади кожної.
2. Що відбувається в мовленнєвому ланцюжку у разі відтвореної комунікації?
3. Як маркується відтворена комунікація в художньому тексті? Яка її функція?
4. Як маркується відтворена комунікація в мас-медійному тексті? Яка її функція?
5. Як маркується відтворена комунікація в науковому тексті? Яка її функція?
6. Реальність VS вигаданість відтвореного повідомлення – як ви це розумієте? Якою є вимога до статусу "реальна відтворена комунікація" в різних типах дискурсу?
7. В чому полягають принципи академічної доброчесності в розглядуваному нами аспекті вторинного повідомлення?
8. Що ви знаєте про вимоги до маркування чужих висловлювань у межах наукового дискурсу?
9. Що розуміється під фальсифікацією в науковому дискурсі?
10. Поясніть явище академічного плагіату з точки зору теорії комунікації.

Тестові завдання

1. Наведіть визначення спілкування:

- A) смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування
- B) сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів, у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками та результатами діяльності
- C) спілкування носіїв різних культур
- D) система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації

2. Наведіть визначення комунікативного кодексу:

- A) смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування
- B) сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів, у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками та результатами діяльності
- C) спілкування носіїв різних культур
- D) система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації

3. Наведіть визначення комунікації:

- A) смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування
- B) сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів, у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками та результатами діяльності
- C) спілкування носіїв різних культур
- D) система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації

4. Наведіть визначення міжкультурної комунікації:

- A) смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування
- B) сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів, у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками та результатами діяльності

- C) спілкування носіїв різних культур
- D) система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників комунікації

5. Особа, яка ініціює комунікацію, кодує своє повідомлення засобами мови

- A) адресант
- B) адресат
- C) мовець
- D) слухач

6. Особа, яка сприймає повідомлення і декодує його

- A) адресант
- B) адресат
- C) мовець
- D) слухач

7. Демократичний, авторитарний та суперечливий є

- A) різновидами комунікації
- B) типами комунікації
- C) формами спілкування
- D) стилями спілкування

8. Міміка, жести, пози, одяг, зачіска, інтонація та тембр голосу тощо належать до

- A) невербальної комунікації
- B) вербальної комунікації
- C) акту комунікації
- D) типу комунікації

9. Звичайне використання нами рідної чи іноземної мови

- A) невербальна комунікація
- B) вербальна комунікація
- C) акт комунікації
- D) тип комунікації

10. Особа, яка здійснює комунікативний акт передачі інформації або сприймає й інтерпретує її.

- A) адресант
- B) адресат

- C) комунікант
- D) слухач

11. Розгорнуте висловлювання однієї особи, звернене до однієї людини або певного колективу одночасно для повідомлення інформації, впливу або спонукання до дії.

- A) монолог
- B) діалог
- C) полілог
- D) внутрішнє мовлення

12. Форма мовлення; ситуаційно зумовлене спілкування двох або кількох осіб

- A) монолог
- B) діалог
- C) полілог
- D) внутрішнє мовлення

13. Комунікація, в яку включена проміжна ланка – третя особа, технічний засіб або матеріальна річ.

- A) інформаційний шум
- B) діалог
- C) опосередковане спілкування
- D) внутрішнє мовлення

14. Коротка перерва в мовленні, у звучанні музичного твору; один із елементів інтонації

- A) перерва
- B) діалог
- C) полілог
- D) пауза

15. Сприймання мовцем (читачем, слухачем) інформації, зумовлене його попереднім досвідом та мовною компетенцією

- A) рецепція
- B) риторика
- C) полілог
- D) пауза

16. Норми вживання в тому чи іншому функціональному стилі властивих йому мовних засобів.

- A) мовні закони
- B) мовні норми
- C) стилістичні норми
- D) узус

17. Повідомлення, яке складається з кількох (чи багатьох) речень і має певну змістову і структурну завершеність.

- A) рецепція
- B) текст
- C) полілог
- D) діалог

18. Наведіть визначення іллокутивного акту:

- A) рецепція
- B) складова мовленнєвого акту, пов'язана із втіленням у повідомленні мети адресанта
- C) складова мовленнєвого акту, пов'язана із результатом впливу на адресата
- D) складова мовленнєвого акту, яка встановлює зв'язок повідомлення з дійсністю

19. Наведіть визначення перлокутивного акту:

- A) рецепція
- B) складова мовленнєвого акту, пов'язана із втіленням у повідомленні мети адресанта
- C) складова мовленнєвого акту, пов'язана із результатом впливу на адресата
- D) складова мовленнєвого акту, яка встановлює зв'язок повідомлення з дійсністю

20. Наведіть визначення локутивного акту:

- A) рецепція
- B) складова мовленнєвого акту, пов'язана із втіленням у повідомленні мети адресанта
- C) складова мовленнєвого акту, пов'язана із результатом впливу на адресата
- D) складова мовленнєвого акту, яка встановлює зв'язок повідомлення з дійсністю

21. Актуальне членування речення передбачає

- A) членування на теми
- B) членування на реми
- C) членування на тему і рему
- D) виділення головних членів речення

22. Людина, яка активно володіє двома мовами

- A) білінгв
- B) мовець
- C) комунікант
- D) монолінгв

23. Збій у спілкуванні має назву

- A) авіація
- B) девіація
- C) порушення
- D) декодування

24. Переведення адресатом змісту отриманого мовного повідомлення у звичні особистісні смисли має назву:

- A) розшифровка
- B) директив
- C) розуміння
- D) декодування

25. Жест є складовою

- A) паралінгвістичних засобів спілкування
- B) діалогічних засобів спілкування
- C) комунікації
- D) спілкування

26. Кінема є одиницею

- A) когезії
- B) комунікації
- C) кінесики
- D) картини світу

27. Додаткові семантичні або стилістичні відтінки основного значення слова називаються

- A) денотат

- В) конотація
- С) сигніфікат
- Д) констатив

28. Імплицитні правила ведення кооперативного діалогу, які виділяються в межах принципів спілкування

- А) мінімуми спілкування
- В) правила спілкування
- С) директиви спілкування
- Д) максими спілкування

29. Наслідки впливу іллокутивного акту на конкретного адресата

- А) іллокуція
- В) перлокуція
- С) переконання
- Д) розуміння

30. Форма мовленнєвого спілкування трьох і більше осіб

- А) діалог
- В) аутодіалог
- С) монолог
- Д) полілог

31. Заборони, які накладаються на спілкування у певних культурах

- А) збій
- В) комунікативне табу
- С) тематичне табу
- Д) контактне табу

32. Компонент актуального членування висловлювання, початковий пункт повідомлення

- А) рема
- В) нове
- С) тема
- Д) вихідна інформація

33. Цензура, табу відносяться до

- А) законів комунікації
- В) фільтрів комунікації

- C) фігур мовлення
- D) комунікативних збоїв

34. Паузи відносяться до

- A) просодики
- B) екстралінгвістики
- C) кінесики
- D) графеміки

35. Тембр і тон відносяться до

- A) просодики
- B) екстралінгвістики
- C) кінесики
- D) графеміки

36. Міміка відноситься до

- A) просодики
- B) екстралінгвістики
- C) кінесики
- D) графеміки

37. Почерк відноситься до

- A) просодики
- B) екстралінгвістики
- C) кінесики
- D) графеміки

38. Дотики відносяться до

- A) просодики
- B) такесики
- C) кінесики
- D) графеміки

39. Манера мовлення відноситься до

- A) просодики
- B) екстралінгвістики
- C) кінесики
- D) графеміки

40. Зітхання відносяться до
- A) просодики
 - B) екстралінгвістики
 - C) кінесики
 - D) графеміки

Список рекомендованої літератури

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Мовленнєва комунікація. – Київ, 2004.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – Київ, 2004.
3. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. – Київ, 2000.
4. Овчинникова А. Мовленнєва комунікація та мистецтво мовлення. – Одеса, 1999.
5. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. – Черкаси 2011.
6. Шевченко И.С. Основы теории языковой коммуникации. – Харьков, 2008.
7. Иссерс О. С. Коммуникативная стратегия и тактика. – М., 2003.
8. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.
9. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. – К, 2008.

Електронні інформаційні ресурси

1. <http://www.communicationstudies.com/communication-lectures-and-communication-courses>
2. <http://kolegaeva.onu.edu.ua/staty>

Навчальне видання

Колегаєва І.М. Художня, наукова і мас-медійна комунікація як об'єкт лінгвістичних досліджень: методичні рекомендації до вибіркового спецкурсу для здобувачів вищої освіти III (освітньо-наукового) ступеня спеціальності 035 «Філологія». Одеса: ПоліПринт, 2020. 24 с.

Підписано до друку 3.03.2020 р. Формат 70X108/16. Гарнітура Arial Папію офсет. Друк офсет. Ум.друк.арк. 1 Зам. 355. Тираж 50 прим. Віддруковано з оригінал-макета у видавництві «ПоліПринт», м. Одеса, вул. Ак.Корольова, 33. Тел.: (048) 794-64-50 E-mail: info@poliprint.od.ua