

СТРУКТУРА МОВЛЕННЕВОГО ІМІДЖУ

Білик Тетяна Миколаївна

Херсонський державний університет

Структура речевого іміджа. Білик Т.Н.

В статті розкриваються поняття «імідж», «речевої імідж», зображені з допомогою екологічної теорії основні компоненти речевого іміджа, які реалізуються в різних стилях. Розкриваються вікові, соціальні та культурні проявлення компонентів речевого іміджа.

Ключові слова: імідж, речевої імідж, мовний стиль, речевої стиль, спілкування.

The structure of the verbal image. Bilyk T.N.

The article describes the concept of "image", "verbal image" are displayed with the ecological theory of the main components of the image of the speech, which are realized in different styles. Reveals the age, social and cultural manifestations of the components of the speech image.

Key words: image, the image of the speech, language, style, style of speech and communication.

Постановка проблеми. Імідж є широко досліджуваним феноменом у сучасній науці. Він відіграє дуже значну роль в процесі взаємодії особистості із суспільством, тому важливим є глибоке вивчення сутності мовленнєвого іміджу для вдалого та ефективного спілкування. Розкриття мовленнєвого іміджу та його складових зумовило **актуальність** цієї роботи.

Аналіз досліджень з цієї проблеми. Дослідженням іміджу та його різновидів загалом займаються вчені у різних областях наук, зокрема: Перелігіна О.Б., Стернін І.А., Черепанова В.Н., Петрова О.М. і багато інших.

Метою цієї статті є встановлення та розкриття сутності мовленнєвого іміджу, його компонентів, які реалізуються в різних стилях, та проявів, за допомогою аналізу, синтезу та узагальнення існуючої наукової літератури з проблеми дослідження.

Виклад основного матеріалу. Існує велика кількість визначень поняття іміджу, а також різновидностей та складових іміджу. Так, одне з визначень

тлумачить імідж як символічний образ суб'єкта, який створюється у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Трактуючи поняття іміджу як образу, на думку спадає, саме зовнішня, переважно візуальна складова іміджу. Але, варто звернути увагу, що автор запропонованого визначення Перелигіна О.Б. трактує це поняття, таким чином, що імідж, містячи в собі поняття «образ», передбачає включення у систему людської діяльності. При цьому явище імідж є не лише тільки включеним у процес діяльності, але й створюється у результаті процесу діяльності, зокрема в такому її специфічному виді, як спілкування у ракурсі суб'єкт-суб'єктної взаємодії [5].

Виходячи з вищенаведеного поняття іміджу про те, що він створюється у специфічному виді діяльності – спілкуванні, доцільно виділити та окремо приділити увагу саме мовленнєвому іміджу особистості. Окрім того, імідж охарактеризований як символічний образ, а отже, має символічну структуру, оскільки при його створенні обов'язково використовується мова.

Результати теоретичного аналізу дали змогу запропонувати авторське тлумачення мовленнєвого іміджу. Мовленнєвий імідж – це мовленнєва поведінка індивіда у сукупності психологічного, соціального і символічного компонентів, які реалізуються відповідно у мовленнєвому, інтерперсональному та мовному стилях, а також характеризуються віковими, соціальними та культурними проявами .

Розкрити кожний компонент мовленнєвого іміджу можна за допомогою екологічної теорії Урі Брoфенбреннера [1;6]. Згідно з данною теорією, розвиток людини – це динамічний процес, який відбувається у двох напрямках: з одного боку з однієї сторони, людина сама реструктурує своє життєве середовище, а з іншого іншої – відчуває вплив зі сторони елементів даного середовища.

Екологічне середовище У.Брoфенбреннер описав за допомогою чотирьох екосистем, які розмістив у відповідності за ступенем впливу, та дав назви: мікросистема, мезосистема, екосистема та макросистема.

Розкрити психологічний компонент мовленнєвого іміджу (який реалізується в мовленнєвому стилі) можна за допомогою тлумачення мікросистеми екологічної теорії У.Брофенбреннера.

Мікросистема являє собою комплекс відношень між людиною (суб'єктом) та її найближчим безпосереднім оточенням. Саме оточуюче середовище здійснює самий безпосередній вплив на хід психічного розвитку суб'єкта, на його становлення.

Крім того, слід звернути увагу на те, що психіка кожної людини набуває своєї виразності завдяки мовленню, яке реалізується у зовнішній потік як засіб поєднання та взаємодії людини з оточуючим середовищем, зі світом загалом. Таким чином, зв'язок мікросистеми з психологічним компонентом, який реалізується саме в мовленнєвому стилі.

Але, окрім мікросистеми, з психологічним компонентом пов'язана і мезосистема, котра являє собою сукупність взаємовідношень між мікросистемами. В цих двох системах, суб'єкт є безпосереднім учасником тих подій, що відбуваються, а отже відбувається прямий вплив на становлення мовленнєвого стилю особистості, в якому реалізується психологічний компонент.

Важливим завданням залишається операціоналізація поняття мовленнєвого стилю, який на противагу мовному, не отримав висвітлення у науковій літературі, водночас видається вкрай важливим через сутність мовлення як виразника індивідуальної психіки. Тлумачення мовленнєвого стилю у дослідженні Засекіної Л.В. [2] пов'язується із природою мовлення, що висвітлена у працях Т.В. Ахутіної, Л.С. Виготського, О.О. Леонтєва, О.М. Леонтєва, О.Р. Лурія та інших.

З цієї позиції мовлення нерозривно пов'язано з усіма пізнавальними процесами людини, належить до вищих психічних функцій особистості, і реалізується через мовленнєво-мисленнєву діяльність, одиницею якої є значення слова. Фактично прихована і потаємна психіка людини набуває явності завдяки мовленню, яке опосередковує її, та поділяючи з нею

внутрішню форму, згодом реалізується у зовнішній потік. Така природа мовлення зумовлює його дослідження не лише заради самого себе як засобу поєднання людини зі світом, а й для вивчення внутрішньої психічної організації особистості.

Окрім того, Л.С. Виготський, описуючи мовленнєво-мисленнєву діяльність, наголошує на тому, що вона виходить з мотиву, що породжує думку, далі реалізується у внутрішньому слові, яке оформлює цю думку, згодом встановлює значення слів і виражається в останніх. Варто звернути увагу на ідею про те, що фіксування думки відбувається у мовних значеннях, які вбираючи у себе цілісну ситуацію, мають статус смислу на рівні окремої особистості. Відтак, якщо мовні значення мають спільну природу і є відносно інваріантними у конкретному соціально-культурному просторі, смисли є унікальними і породжується як специфікою ситуації, так і психічними особливостями особистості у сукупності з її життєвим досвідом. Таким чином, мовленнєві стилі можемо визначити як своєрідні способи обробки вербальної інформації на етапах її сприймання і породження у процесі взаємодії особистості із соціальним світом. Це визначення можна обґрунтувати тим, що воно узгоджується із розумінням пізнавальних стилів загалом: як індивідуально-специфічних способів вивчення (сприймання і конструювання) реальності. Окрім того, мовленнєві стилі узгоджуються із природою мовлення, до основних етапів якого належать сприймання і породження, та можуть бути виражені як цілісні континууми, що означаються протилежними полюсами [2].

До соціального компоненту мовленнєвого іміджу можна віднести функціонування трьох систем. В перших двох системах – мікросистемі та мезосистемі, як вже вказувалось вище, між суб'єктом та оточуючим середовищем встановлюється прямий зв'язок, тобто між ними існує взаємодія, що проявляється в спілкуванні, що і являється власне інтерперсональним стилем. Третя система – екосистема, являє собою розширену мезосистему, яка охоплює інші специфічні соціальні структури, як формальні, так і неформальні, котрі самі не включають в себе суб'єкта, але надають безпосередній вплив на

нього і його взаємодію з іншими людьми, та можуть або обмежувати, або визначати характер даної взаємодії.

Соціальний компонент виражає інтерперсональний стиль, що являє собою спілкування, яке є невід'ємним аспектом існування людини, важливою передумовою формування її як соціальної істоти, взаємодії з різноманітними спільнотами, а також необхідною умовою існування суспільства. У процесі спілкування відбувається інтелектуальна та емоційно-чуттєва взаємодія індивідів, досягається єдність і злагодженість їх дій, що зумовлює формування спільних настроїв і поглядів, взаєморозуміння, згуртованості й солідарності. Вони необхідні в колективній діяльності, оскільки становлять культурно-комунікативну основу соціального життя.

В соціальній психології спілкування трактується як особливий вид діяльності; специфічна соціальна форма інформаційного зв'язку; форма взаємодії суб'єктів; самостійна і незведена до діяльності категорія; процес міжособистісної взаємодії; обмін думками, почуттями і переживаннями; суттєвий аспект людської діяльності; реальність людських взаємин, що передбачає будь-які форми спільної діяльності людей, та ін. Очевидним є те, що діяльність людини, її спілкування з іншими взаємопов'язані й відокремлено існувати не можуть. Будь-який різновид, форма людської діяльності (гра, керівництво, виховання тощо) реалізуються через спілкування, а спілкування — через них [4].

До символічного компонента мовленнєвого іміджу належить макросистема, яка, за визначенням У. Брофенбренера, включає в себе ідеологію, установки, звичаї, традиції, цінності оточуючої культури. Суть в тому, що кожному суспільству притаманні певні культурні та субкультурні цінності, котрі стають настільки органічною частиною суспільства, що члени останнього можуть навіть не усвідомлювати ймовірність інших цінностей. В нашому випадку, в якості макросистеми представлений мовний стиль, саме мовна грамотність (володіння правилами та нормами грамотного написання), котра притаманна кожній людині певної національності та передається з

покоління у покоління як певне культурне надбання, за допомогою символів та знаків.

В широкому визначенні, мовний стиль – це сукупність мовних засобів, вибір яких зумовлюють зміст, мета і ситуація мовлення. Окрім цього поняття мовних стилів у вітчизняній літературі є прив'язаним до стилістики мови і визначає жанрову специфіку текстів.

Важливим є також питання стосовно доцільності виокремлення мовних і мовленнєвих стилів. Існує думка, що описані вище стилі є мовленнєвими, адже вони реалізуються у мовленнєвій діяльності мовців, а також координують її як на автоматизованому, так і усвідомленому рівні [2].

Для вивчення мовленнєвого іміджу необхідно враховувати всі три компоненти, котрі взаємовпливають один на одного.

Як було визначено вище, кожний компонент мовленнєвого іміджу характеризується віковими, соціальними та культурними проявами.

Так, віковими проявами психологічного компонента мовленнєвого іміджу будуть слугувати вікові норми. Наприклад, у підлітковому віці, суттєво змінюється монологічне мовлення – з'являється здібність самостійно готувати усні виступи, розмірковувати, виказувати думки та аргументувати їх. А для людей ранньої дорослості розвиток мовлення проявляється в зміні його якісних характеристик, змінюється його лексичний та граматичний склад, що пов'язується з прогресивним розвитком вербальних функцій інтелекту.

Соціальними проявами психологічного компонента, який реалізується у мовленнєвому стилі, буде використання особливої лексики – сленгу, тобто слів і висловів, які використовують люди певних вікових груп, професій, класів. Кожна людина володіє сленгом, притаманним певній професійній області, часто між членами родини або в тісному дружньому середовищі виникають елементи сленгу, взагалі, люди, які пов'язані певними територіальними або життєвими обставинами мимоволі знаходять зручні словесні позначення для постійних явищ, об'єктів їх життя.

Культурний прояв психологічного компонента характеризує власне рівень наявності культури мовлення особистості, тобто індивідуальне володіння мовною нормою усного та письмового мовлення, притаманного певній національності, а також вміння використовувати виразні та оптимальні мовні засоби в різних умовах спілкування.

Віковими проявами соціального компоненту мовленнєвого іміджу, який реалізується в інтерперсональному стилі, є причетність та включеність особистості в різні соціальні групи, котрі є вагомими на різних вікових етапах. Наприклад, для студентської молоді головною взаємодією та спілкуванням є навчальна діяльність та студентська група, соціально-психологічні характеристики навчальної діяльності мають певний вплив на особливості міжособистісного спілкування у студентській групі [4;7]. Крім того, основою формування світогляду молодої людини є соціальні цінності, тобто узагальненні уявлення про норми поведінки, що виявляються у інтересах, переконаннях, діяльності, а також спілкуванні, що і відображається в інтерперсональному стилі.

Соціальним проявом соціального компоненту буде слугувати взаємозв'язок особистості із соціумом, що реалізується через систему відносин індивіда і суспільства. Людина вступає у різні за змістом відносини: соціальні, суспільні, міжособистісні, і саме спілкування, в якому виявляється інтерперсональний стиль особистості, передбачає вище перераховані взаємодії.

Культурний прояв соціального компоненту мовленнєвого іміджу відображається в культурі спілкування, що являє собою сукупність знань і вмінь, способів і навичок комунікативної взаємодії, а також пов'язаних з нею загальних для конкретного суспільства і конкретних ситуацій етико-психологічних принципів і норм. Кожна людина чи група наділена специфічною культурою спілкування, що формується протягом усього їх розвитку та враховує суспільно-історичний, соціокультурний, соціально-психологічний, політико-економічний, правовий, екологічний впливи.

Віковими проявами символічного компоненту мовленнєвого іміджу є володіння мовним стилем, а саме грамотністю, що являє собою ступінь володіння людиною навичками письма та читання рідною мовою (мовною нормою), що залежить від віку особистості, від навчання, освіти.

Соціальними проявами символічного компоненту загальний рівень грамотності (писемної) суспільства, що є одним із важливих показників культурного рівня населення.

Для того, щоб охарактеризувати культурний прояв символічного компоненту, який реалізується у мовному стилі, варто дати визначення поняттю «мова», а для цього потрібно звернутися до праці Ю.Лотмана, в якій мова визначається як упорядкована комунікативна знакова система. Вказівка на знаковий характер мови визначає її як семіотичну систему. Для того, щоб здійснювати свою комунікативну функцію, мова повинна володіти системою знаків. Знак – це матеріально виражена заміна предметів, явищ, понять в процесі обміну інформацією у колективі. Таким чином, основна ознака знака – здатність реалізовувати функцію заміщення [3].

Проте окрім семантичних впорядкованостей, мова має на увазі ще й інші – синтаксичні. До них відносяться правила з'єднання окремих знаків у послідовності, пропозиції, які відповідають нормам даної мови. При такому, досить широкому, понятті мови воно охопить все коло функціонуючих в людському суспільстві комунікативних систем.

Знаки діляться на дві групи: умовні і образотворчі. До умовних відносяться такі, в яких зв'язок між вираженням і змістом внутрішньо не мотивований. Слово – найбільш типовий і культурно значимий випадок умовного знака. Протягом всієї історії людства, як би далеко не заглиблювалися, знаходимо два незалежних і рівноправних культурних знака: слово і малюнок. У кожного з них - своя історія. Однак для розвитку культури необхідна наявність обох типів знакових систем. Іконічні знаки відрізняються більшою зрозумілістю.

Світи іконічних і умовних знаків не просто співіснують – вони перебувають у постійній взаємодії, в безперервному взаємопереході і взаємопротилежності. Процес їх взаємного переходу – один із суттєвих аспектів культурного освоєння світу людиною за допомогою знаків.

Аналіз дослідження понять іміджу та мовлення на теоретичному рівні дав змогу дійти таких **висновків**: враховуючи те, що імідж являє собою символічний образ, що створюється в такому виді соціальної діяльності як спілкування за допомогою мови, потребує виділення мовленнєвий імідж, який складається з психологічного, соціального і символічного компонентів. Ці компоненти реалізуються відповідно у мовленнєвому, інтерперсональному та мовному стилях, а також характеризуються віковими, соціальними та культурними проявам. Подальшою **перспективою** вважаємо є практичне вивчення особливостей мовленнєвого іміджу та його зв'язку з індивідуально-психологічними особливостями особистості.

Література:

1. Диксон Уоллес. Двадцять великих открытий в детсокій психологи. – СПб.: «прайм-ЕВРОЗНАК», 2004. – 448 с.
2. Засєкіна Л.В. Мовленнєві стилі у новій парадигмі психолінгвістичного знання // Психолінгвістика. Збірник наукових праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди». – Переяслав-Хмельницький: ПП «СКД», 2012. – Вип.9. – С. 48-56.
3. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. – Таллин: Издательство "Ээсти Раамат", 1973. – 58 с.
4. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.
5. Перельгіна Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
6. Психология человека от рождения до смерти. Полный курс психологии развития. Под ред. А.А.Реана – СПб.: «прайм-ЕВРОЗНАК», 2005. – 416с.
7. Черепанова В.Н. Курс лекций по имиджелогии: Учебное пособие.-Тюмень:

ТюмГНГУ, 2002. - 178 с.