

## ЛЕКЦІЯ 1

### ТЕМА: *Теоретичні основи й джерела вивчення історії українського мовного етикету*

#### 1. ВСТУП. КУЛЬТУРА МОВИ. ЧИСТОТА МОВЛЕННЯ. СУРЖИК.

Філологи як майбутні вчителі повинні вільно володіти мовою і культурою. Мова і культура як духовні цінності органічно пов'язані між собою. Слово *культура* (від лат. *cultura* – освіта, розвиток) означає сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створило людство протягом своєї історії. **Мова** – це прояв культури. Мова утримує в одному духовному полі національної культури всіх представників певного народу і на його території, і за її межами. Вона об'єднує всі явища культури, є їх концентрованим виявом. **Культура мови** – галузь мовознавства, що займається утвердженням норм на всіх мовних рівнях. Культура мови виконує регулюючу функцію, оскільки вона впроваджує нормативність, забезпечує стабільність, рівновагу мови.

Культура мови невіддільна від практичної стилістики, яка досліджує і визначає оптимальність вибору тих чи інших мовних одиниць залежно від мети і ситуації мовлення. Отже, культура мови передбачає:

- виховання навичок літературного спілкування;
- поширення і засвоєння літературних норм у слововжитку, граматичному оформленні мови, у вимові та наголошуванні;
- неприйняття спотвореної мови або суржику.

Культура мови вимагає обов'язкового дотримання комунікантами мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення, дотримання правил мовленнєвого етикету.

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- нормативність (дотримання усіх правил усного і писемного мовлення);

- адекватність (точність висловлювань, ясність і зрозумілість мовлення);
- естетичність (використання експресивно-стилістичних засобів мови, які роблять мовлення багатим і виразним);
- поліфункціональність (забезпечення застосування мови у різних сферах життєдіяльності).

Основні ознаки культури мови:

- 1) змістовність (потрібно продумувати текст і основну думку висловлювання; розкривати їх повно; говорити й писати лише те, що добре відомо; не говорити й не писати зайвого; добирати матеріал, якого не вистачає);
- 2) правильність і чистота (дотримуватися норм літературної мови);
- 3) точність (добирати слова і будувати речення так, щоб найточніше передати зміст висловлювання);
- 4) логічність і послідовність (говорити і писати послідовно, забезпечувати смислові зв'язки між словами і реченнями в тексті; складати план виступу чи лекції; систематизувати дібраний матеріал; уникати логічних помилок);
- 5) багатство (використовувати різноманітні мовні засоби, уникати невиправданого повторення слів, однотипних конструкцій речень);
- 6) доречність (ураховувати, кому адресовано висловлювання, як воно буде сприйняте при певних обставинах спілкування);
- 7) виразність і образність (добирати слова і будувати речення так, щоб якнайкраще, якнайточніше передати думку, бути оригінальним у висловлюванні і вміти впливати на співрозмовника).

Недоречним є вживання діалектизмів, жаргонів, надмірне захоплення просторічною лексикою, канцеляризмами, запозиченнями. Їх вживання може бути виправданим тільки у відповідному стилі чи ситуації, адже вони роблять мову незрозумілою і важкою для сприйняття.

**Чистота мовлення** – це відсутність суржику. **Суржик** – це штучно змішана мова (наприклад, українська та російська), яка використовується

комунікатором в усному спілкуванні як лінгвістичне ціле. Первісне значення слова *суржик* – суміш зерна різних злаків і борошна, яке було невисоким за якістю і вживалося у важкі голодні роки. Тому назва суржик має негативне семантичне забарвлення.

Основною комунікативною якістю мовлення є правильність – об'ємна і складна ділянка культури мовлення. Щоб говорити правильно, потрібно досконало володіти нормами літературної мови (**норма** – це загальноприйнятий звичай вимовляти, змінювати, записувати слово, будувати речення, текст відповідно до стилю мовлення). Правильне мовлення передбачає користування усіма мовними правилами, уміння будувати висловлювання, що відповідає обраному типу і стилю.

Знання цієї системи, а ще більше повсякденна їх реалізація, гармонія знань і внутрішнього світу людини, без перебільшень, є своєрідним барометром духовної зрілості нації.

Як досягти високої культури мовлення, виразності й багатства індивідуальної мови?

Поради:

- виробіть стійкі навички мовленнєвого самоконтролю і самоаналізу;
- не говоріть квапливо – без пауз, "ковтаючи" слова;
- частіше "заглядайте у словник" (М. Рильський), правопис, посібники зі стилістики тощо;
- постійно збагачуйте свій інтелект, удосконалюйте мислення, бо немає думки – немає мови;
- постійно збагачуйте себе новими мовними засобами зі сфери професійного мовлення свого і близьких фахів;
- вивчайте мовлення майстрів слова;
- читайте хоч би періодично українську класичну і сучасну літературу та публіцистику, пресу з тим, щоб мати "на слуху" рівень розвитку сучасної української літературної мови;

- постійно будьте уважними до своєї мови і мови найближчих осіб, колег, дбайте про автоматизм гарного мовлення;
- сприймайте мову як свою людинолюбну сутність, як картину світу, як поради і помічників в суспільному житті;
- оволодівайте жанрами, видами писемного мовлення, зокрема ділового мовлення;
- привчайте себе до системного запису власних думок та спостережень, щоденникових записів, сімейної хроніки тощо;
- виробіть звичку читання "з олівцем у руках";
- жоден цікавий і вартісний вираз не повинен бути втрачений для вас.

Кожна людина повинна дбати про культуру свого мовлення.

Відомо, що етикет підніс типові висловлювання у ранг нормативного, зовнішньо обов'язкового поведінкового імперативу. Тому кожен спеціаліст має дбати про дотримання правил мовного етикету.

## **2. МОВНИЙ ЕТИКЕТ – СКЛАДОВА ЧАСТИНА КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ**

**Мовний етикет** (з франц. *etiquette* – ярлик, етикетка) – усталені мовні звороти, типові формули, які використовуються у певних ситуаціях спілкування і відповідають національно-культурним традиціям суспільства або окремої нації.

Мовний етикет справедливо вважають культурним обличчям нації. Він втілює риси мовної поведінки людини в найрізноманітніших життєвих ситуаціях. Увібравши давні традиції та звичаї, він є унікальною універсальною моделлю мовної діяльності українців. Мовний етикет будь-якої нації складає одну цілісну систему зі стійких мовних виразів. Знання цієї системи, а перш за все повсякденне її вживання, гармонія знань і внутрішнього світу людини – переконливий доказ духовної зрілості нації. І навпаки, нехтування законами і правилами мовного етикету, неприхована зневага до нього – ознака глибокого занепаду мови, що в останні десятиліття

прогресує і виявляється в реаліях нашого життя. Основні причини цього явища – соціальні чинники, які знецінюють сьогодні поведінкові приписи, виплекані нашим народом упродовж століть.

**Ввічливість** – одне з найбільших людських надбань, і цю аксіому слід засвоїти з дитинства. Зрозуміло, що вона має гармонійно поєднуватися з іншими чеснотами людини і не перетворюватися на зовнішній ефект.

Правила мовного етикету, що творились українським народом, становлять особливу групу стереотипних, стійких формул спілкування, що реалізуються в одиницях лексичного ("*Добридень*", "*Вибачте!*", "*Дякую*"), фразеологічного ("*Ні пуху, ні пера*") і частково морфологічного рівнів ("*Ви чарівні, бабуся стомилися, тато казали*").

Спілкування можливе за наявності: мовця, адресата, до якого звернена мова; мети та теми мовленнєвої діяльності. Поняття "**етикет**" вужче, ніж "**спілкування**": **етикетною** вважається тільки та ситуація, для якої суттєвими є відмінності між мовцями (їхній вік, соціальний статус, стать тощо).

При зав'язуванні контакту між мовцями вживаються формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – *формули вибачення, прохання* та ін.; при припиненні контакту – *формули прощання, побажання* тощо. Це – власне **етикетні формули**.

Дотримуючись правил мовною етикету, ми, передусім, засвідчуємо свою вихованість, увагу до співрозмовника, привітність, доброзичливість, прихильність, делікатність, тобто риси, віддавна притаманні нашому народові.

Важливо те, що мовний етикет, зберігаючи традиційну структуру етикетних виразів, не є закритою системою, бо йому властива динаміка та гнучкість. Як відомо, частина формул мовного етикету поступово забувається.

Мало кому із сьогоднішніх студентів відомі вирази: "*З неділею будьте здорові!*", "*Добри-досвіток!*", "*Щоб легко почалося та вдало скінчилося!*", "*Уклінно прошу...*", "*Коли ваша ласка...*". Інші донедавна належали до

виразів-табу ("добродію", "добродійко", "пане", "панно", "гречна панно" тощо).

Прикметно, що частина етикетних виразів останніми роками, оновлюючись, знову виринає і активізується в словнику українців ("*З роси й води*", "*Вельмишановні пані та панове*", "*Бажаю Вам усіляких гараздів*").

Протягом століть етикетні формули закономірно зазнали змін не лише в лексичному, а й у граматичному вимірах. Поява усічених етикетних виразів – результат дії **закону економії в мові**. Цей закон – один із виявів самозбереження, своєрідна реакція проти надмірної затрати фізіологічних зусиль. Проте як ланцюгова реакція породжуються й інші "шедеври мовної економії", які не мають нічого спільного із мовною закономірністю: "*Драсьте!*", "*Оль!*", "*Петь!*" тощо.

Таким чином, вживання скорочених і розширених моделей мовного етикету повинне неодмінно відповідати вимогам доцільності й нормативності, що створюють гармонію знань і поведінки людини.

Особливе занепокоєння викликають часті жаргонні ("*Ей, чувак!*", "*Чао, персик!*", "*Чао.какао!*", "*Покєдова!*", "*Салют, старий!*", "*Дико вибачаюсь!*" – специфічні мовні "інтернаціоналізми") і просторічні (*Колька, Петька, Серий, Ксюха*) – етикетні вирази, такі популярні в наші дні.

Для етикету не менш важливим є також характер міміки і жестів, що мають національну специфіку. Жестикулюючи, мовці повинні враховувати тональність та рівні жестикуляції, придатні для ситуації.

Етикетні ситуації супроводжуються використанням етикетної атрибутики (одягу і його елементів), окремих предметів (наприклад, хліб-сіль при вітанні гостей), власне етикетних реалій (квітів, подарунків тощо).

Мовна поведінка народу поєднана з його загальною культурою, етнопсихологічними рисами, народними традиціями. На мовному рівні етнопсихологічні ознаки українців, зокрема доброзичливість, шанобливе ставлення до співбесідників і почуття власної гідності, виявляються в тому, що спорідненим центром багатьох висловів українського етикету є слова з

коренем *добр-, здоров-, ласк-* (*добридень, добривечір, на все добре; здоров був, доброго здоров'я, здрастуйте; будь ласка, ласкаво просимо, з вашої ласки* та інше).

Багато суперечок дотепер викликає українськість **форми звертання**. Яка форма звертання – на ім'я чи на ім'я й по батькові – є традиційною для українців? Одні вчені категорично виступають проти вживання форми імені й по батькові, вважаючи її "московським звичаєм", засобом творення "безлицької людини в СРСР". Прихильники вживання імені й по батькові переконують, що така форма є давнім українським звичаєм, позаяк вона трапляється у найдавніших писемних пам'ятках.

Суттєвим у вирішенні цієї проблеми має стати не книжна, а усно-розмовна традиція українського народу, яка надає перевагу звертанням на *ім'я* або *пане/пані+ім'я* (в товаристві, в родинному колі, серед друзів, колег) або *пане/пані+прізвище, ім'я й по батькові* (в офіційній обстановці). До того ж, зіставлення фольклорних українських і російських текстів, даність яких не викликає жодних сумнівів, дає змогу переконливо стверджувати, що звертання на ім'я здавна притаманне українцям. У той же час росіяни послуговувались звертаннями на ім'я й по батькові.

Проте, на сьогодні це питання залишається відкритим, оскільки усе частіше з'являється варіант звертання до опонента по батькові: *Миколаївна, Іванівна, Володимирівна* тощо. Дослідники вважають, що звертання по батькові – це звертання до надто шанованої людини, яке треба заробити своїм професіоналізмом, людяністю, любов'ю до інших.

### **3. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З ІНШИМИ ЛІНГВІСТИЧНИМИ ДИСЦИПЛІНАМИ.**

Мовний етикет є своєрідним культурним обличчям нації, тому дослідження його проблем є одним з актуальних завдань мовознавців.

Курс "Український мовний етикет" – це курс, який завершує цикл мовознавчих дисциплін тому тісно пов'язаний з такими дисциплінами як: «Вступ до мовознавства», «Вступ до слов'янської філології»,

«Літературознавство», «Риторика», «Стилістика і культура мови», «Комунікативна лінгвістика» та «Лінгвістична прагматика». Наприклад: *мовознавство* озброює людину знанням законів, за якими формується й розвивається її мовлення; *літературознавство* відкриває вчителю-словеснику закони творення художнього образу словесними засобами; *риторика* виховує вмілого промовця, який би володів прийомами ораторського мистецтва тощо.

#### 4. КОРОТКІ ВІДОМОСТІ З ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОГО МОВНОГО ЕТИКЕТУ:

##### 4.1. теоретичні питання (функціонування як граматичних – займенники *ти, ви* та ін.).

Здавна в Україні казали: *мама просили, вони хочуть. Ви красиві, батько хворі*. Це – один із традиційно-українських способів вияву шанобливості.

Зникнення "**Ви**" у звертанні до рідних, особливо в останні десятиліття, багатьма людьми сприймається значно болісніше, ніж звичайне руйнування граматичної форми, – як занепад моральних засад нашого суспільства.

Справді, звертання на "**Ви**" до рідних – одна з питомих ознак мовного етикету українців. Однак значно давнішою є форма звертання на "**ти**". Подібних прикладів в усній поетичній творчості можна знайти чимало: "*Дякую тобі, мамо, що будила мене рано, більше не будеш*"; "*Терен, мати, коло хати, схочу - перескочу. Віддай мене, моя мати, за кого я схочу*". Прикметно й те, що в молитвах до Господа звертаються на "**Ти**". У писемному тексті займенник "**ти**" завжди писали з великої літери, зокрема в текстах конфесійних, ділових, епістолярних. У Київській Русі звертання на "**Ви**" не знали. Традиція звертання на "**Ви**" була запозичена українською мовою з кінця XIV століття.

Головне призначення етикету, в тому числі й мовленнєвого, – встановлення сприятливого контакту між людьми, регулювання їх взаємин на основі принципу ввічливості. Адже мета спілкування – вплив однієї людини на іншу, регуляція поведінки об'єкта спілкування суб'єктом.



Без знання прийнятих у суспільстві правил мовного етикету, не володіючи вербальними формами вираження ввічливих взаємин між людьми, особистість не може правильно встановити різноманітні контакти з оточуючими, тобто, не може з найбільшою користю для себе і для оточуючих здійснити сам процес спілкування.

#### 4.2. лексичні (*пан, добродій, товариш* та ін.) засоби вираження ввічливості в давньоукраїнській, староукраїнській та сучасній українській мові.

Такі засоби вираження ввічливості як *пан, пані* – це шанобливо-ввічливе звертання поширилось в українській мові під впливом польської, в якій воно має нейтральне значення. Як офіційне звертання до високопоставлених привілейованих верств суспільства „Словник староукраїнської мови XIV-XV ст.” фіксує з XIV ст. Пізніше воно узвичаїлося як ввічлива форма звертання до людей незалежно від їх соціального становища в інтелігентному, а потім селянському середовищі. Вживалось самостійно або в поєднанні з іменем, напр.: *Пані! Пані Інно!* До речі, в Галичині було поширене звертання *пане-добродію, пане-товаришу*. У свідомості попередніх поколінь слово *пан* мало негативну конотацію, пов'язувалось з «гнобителями народних мас». Насправді слово **Пан** у грецькій міфології означає «покровитель усієї природи; господар». Тому вживання в народних українських піснях, колядках звертання *пане-господарю* є засобом вираження шанобливого ставлення до господаря дому. Прикро, якщо хтось зауважує на таке звертання: «У нас панів нема!». Так це ж погано, що таки вдалося за сотні років неволі вичавити з нас ГОСПОДАРЯ, ПАНА свого життя, свого слова і діла! Варто реанімувати і повернути в український мовленнєвий етикет цю формулу звертання до високоповажних осіб під час офіційних зустрічей.

Звертання *добродію (добродійко, добродіі)* вважають давньою почесною назвою осіб, що роблять добро. Як етикетне звертання фіксує „Історичний словник української мови” Є. Тимченка з XVII ст. Поширене було здебільшого на сході України. Вживалось у сполученні з етикетними означеннями *вельмишановний, вельмиповажний* та з прізвищем, ім'ям, іменем

по батькові, напр.: *вельмишановний добродію Олексію Петровичу*. У традиційному значенні варто вживати це звертання й сьогодні в різних сферах суспільного життя, зокрема діловій.

Звертання *товаришу* з'явилося в українській мові наприкінці ХІХ-початку ХХ ст. і використовувалося в інтелігентському середовищі в значеннях „1. Людина, зв'язана з ким-небудь дружбою. 2. Людина, ідейно зв'язана з іншими людьми". У радянський час це слово витіснило всі інші звертання, ідеологізувалося і функціонувало для називання соратника по партії. Дискусія про те, щоб замінити звертання *товаришу лейтенанте (полковнику)* на традиційне для українського війська звертання *пане* ще тільки починається. Більш поширеним є звертання *Товариство!* до групи людей, які пов'язані певною спільністю (інтересами, становищем у суспільстві тощо).

Звертання *громадянине (громадянку, громадяни)* обмежується правовою, юридичною сферою і підкреслює рівність усіх членів суспільства перед законом як осіб, що користуються громадянськими правами і мають певні обов'язки.

Однією з форм звертання до незнайомих людей, яким наперед виказуємо „кредит довіри", є слово *друзі*. Це звертання набуло особливого звучання через часте використання його Президентом Віктором Ющенком під час виборів Президента та Помаранчевої революції в Україні.