

УДК 81:39

**МЕТОДОЛОГІЯ І МЕТОДИКА  
ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ  
КООПЕРАТИВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ**

*Корольов Ігор Русланович*

*канд. філол. наук, доц., докторант*

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

У статті розглядається феномен національної кооперативної комунікативної поведінки, зокрема уточнюється визначення цього поняття, а також висвітлюються певні методологічні аспекти і постулати у вивченні досліджуваного об'єкта. На основі синтезу та аналізу основних наукових праць за заявленою проблематикою пропонується параметрична модель кооперативної комунікативної поведінки, яка слугуватиме орієнтиром і концептуальною рамкою для наших подальших досліджень. Окрему увагу приділено опису антропометричного методу як складника комплексної методики аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки.

*Ключові слова:* національна кооперативна комунікативна поведінка; параметрична модель; антропометричний метод.

В епоху глобалізації, інтенсифікації міжнаціональних контактів зростає інтерес суспільства до етнічних особливостей спілкування, до менталітету та національних характерів народів. На сьогодні існує безліч фактів прояву лінгвокультурної специфіки у спілкуванні того або іншого етносу, отож, актуальним є виявлення та аналіз як універсальних, так й ідіоетнічних рис, притаманних певній комунікативній культурі. Опис національної комунікативної поведінки (кооперативної, проміжної, конфліктної) є невід'ємною частиною країнознавства (регіонознавства), оскільки об'єднує прояв специфічних фактів мовного етикету, національних традицій спілкування тощо [Павловская 2007].

Комунікативна поведінка є інтегральним компонентом національної, групової та особистісної культур. Саме тому дослідження національної, групової (окремих груп – соціальних, вікових, професійних, вікових тощо) та особистісної (відомих постатей, індивідуальної і т.ін.) комунікативної поведінки на сьогодні є одним із пріоритетних напрямів лінгвокомунікативістики [Бацевич 2003, 2007; Бухаева 2015; Газизов 2011; Глушак 2009; Ларина 2009; Стернин 1989, 2015; Прохоров 2006 та ін.]. У кожній зі стандартних ситуацій спілкування, зокрема й кооперативних, зустрічається певний репертуар мовленнєвих стереотипів, зумовлений різними соціокультурними, психологічними та етнокультурними чинниками. Е. Хауген слушно зазначав, що “так само, як існують мовні акценти, бувають акценти й щодо культури, які є наслідком інтерференції тих моделей поведінки, які перетинаються, і від них здебільшого важко позбутися, як і від мовних акцентів. Окремі проблеми, що виникають при вивченні двомовності, майже цілком пов'язані не безпосередньо з мовою, а з ситуаціями спілкування між комунікантами, що належать до різних культур” [Haugen 1972, 72].

Опис національної комунікативної поведінки є частиною країнознавства, оскільки поєднує виявлення специфічних фактів етикету, національних традицій тощо. Національну комунікативну поведінку можна визначити як активне країнознавство [Павловская 2007]. Знання в цій галузі є необхідними для активної комунікації, на відміну від іншої, пасивної частини країнознавства – відомостей про культуру, географію, історію, які не відображаються в повсякденній міжкультурній комунікації, а потрібні лише при виникненні відповідної проблеми в комунікативному акті. Тому при описі національної специфіки комунікативної поведінки слід оперувати поняттям “національної мовної особистості” [Караулов 1987; Павловская 2007].

Така постановка проблеми є **актуальною** і пов’язана з необхідністю системного і комплексного опису національної кооперативної комунікативної поведінки з урахуванням нових аспектів її вивчення в сучасній лінгвістиці: лінгвокогнітивного, лінгвокультурного та дискурсивно-прагматичного.

**Об’єктом** дослідження є національна кооперативна комунікативна поведінка, а предметом – методологія її вивчення та методика аналізу.

**Метою** статті є з’ясування основних методологічних принципів у вивченні національної кооперативної комунікативної поведінки, зокрема представлення параметричної моделі цього феномена та обґрунтування доцільності застосування антропометричного методу для об’єктивного її аналізу.

**Завдання:** – розглянути методологічні засади вивчення національної кооперативної комунікативної поведінки; – сконструювати параметричну модель кооперативної комунікативної поведінки; – охарактеризувати основні тенденції в методиці її дослідження; – представити етапи антропометричного методу як складника комплексної методики аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки.

Сучасна наука підійшла “креативно” до вивчення проблемних питань національної комунікативної поведінки. Вирішення поставлених завдань передбачає залучення результатів досліджень таких наук, як філософія, психологія, соціологія, історія, антропологія, фізіологія, що підтверджує та актуалізує базові принципи експансіонізму й експанаторності в новітній лінгвістиці. Особливості національної комунікативної поведінки розглядаються з різних позицій, вишуковуються нові підходи та методи [див. докладніше Бухаєва 2015; ].

Так, на думку Р. В. Бухаєвої, вивчення мовних стереотипів спілкування в різних лінгвокультурах – найважливіший компонент картини світу будь-якої мови, тісно пов’язаний з етнічною самосвідомістю та етнічною ідентифікацією. Саме тому дослідження феноменів «мова» і «культура» і їх функціональної взаємодії в ході історичної еволюції етносів, ролі мови як фактора етносоціального розвитку, її функціонування в різних етнокультурних і соціокомунікативних ситуаціях має особливе значення [Бухаєва 2015, 3]. Автори монографії “Етнопсихолінгвістика” [15] висувають ідею про лакунарний характер вербальної й невербальної поведінки певного етносу. У цьому випадку аналіз комунікативної поведінки зводиться до виявлення й опису лакун.

Проте, спираючись на праці Й.А. Стерніна, зауважимо, що значна кількість комунікативних ознак у різних культурах збігається, а ще більша – демонструє за певної подібності яскраву ідіоетнічну специфіку. Ці факти також мають бути описані за системним принципом із застосуванням комплексної методики дослідження, адже окремі виявлені риси повинні продемонструвати прояви національної комунікативної поведінки того або іншого етносу [Стернин и др. 2003, 14]. Комунікативна поведінка особистості визначається її комунікативною свідомістю. За визначенням Й. А. Стерніна, комунікативна свідомість – це стійка сукупність процесів мислення, що забезпечують комунікативну поведінку (нації, групи, особистості) [там само, 10].

К. Ф. Седов виділяє три типи мовної особистості в контексті її комунікативної поведінки:

- кооперативний, в якому домінуючою є установка на партнера по комунікації;
- центрований, що характеризується установкою мовця на себе при ігноруванні співрозмовника;
- конфліктний, що демонструє установку проти адресата, прагнення самоствердитися за його рахунок [Седов 2000, 6-12].

Кооперативний тип мовної особистості, в свою чергу, на думку К. Ф. Седова, представлений двома підтипами:

- кооперативно-конформним, в якому мовець демонструє згоду з думкою співрозмовника, навіть якщо не цілком не поділяє її;
  - кооперативно-актуалізаторським, де мовець керується прагненням поставити себе на місце адресата, поглянути на ситуацію його очима [Седов 2000, 6-12].
- Таким чином, мовні особистості кооперативного типу, що виявляють повагу, толерантність, терпіння до співрозмовника, використовуючи як конформні, так і актуалізаторські тактики, здатні реалізовувати кооперативну стратегію в спілкуванні і репрезентувати повноцінну кооперативну комунікативну поведінку.

Спираючись на визначення національної комунікативної поведінки як «сукупності норм і традицій спілкування етносу» [Стернин 1989], розуміємо поняття національної кооперативної комунікативної поведінки в такий спосіб: сукупність норм і традицій кооперативного (неконфліктного) спілкування певного етносу; типова комунікативна поведінка, що повторюється і характеризується використанням як стандартних, так і специфічних (не)вербальних засобів, в якій комуніканти мають однакові уявлення про комунікативні цілі один одного або про взаємний розподіл комунікативних ролей, і між ними встановлюються партнерські відносини.

Класичною в такому розумінні та принциповою є теорія «збереження обличчя», автори якої П. Браун та С. Левінсон, спираючись на теорію мовленнєвих максимумів Дж. Ліча, поділяють ввічливість на позитивну і негативну [Brown, Levinson 1987]. Учасники кооперативної комунікації передусім мають спільну мету, дотримуючись під час спілкування єдиного принципу кооперації [Грайс 1985]. Т.В. Ларіна пропонує модифікувати теорію «збереження обличчя» Брауна-Левінсона в теорію “віддалення (дистанціювання) та зближення” [Ларина 2009].

Й. А. Стернін пропонує три моделі (ситуативну, аспектну та параметричну) для аналізу комунікативної поведінки, що забезпечують комплексність і системність її опису, але мають різне призначення [Стернін 2015]. Ґрунтуючись на запропонованих ученим моделях опису національної комунікативної поведінки, кооперативній моделі людського спілкування М. Томаселло [див. докладніше Томаселло 2011] та наших попередніх результатах досліджень із вивчення когнітивно-комунікативної категорії кооперативності [Корольов 2014], ми спробували сконструювати і представити параметричну модель кооперативної комунікативної поведінки (див. рис. 1).

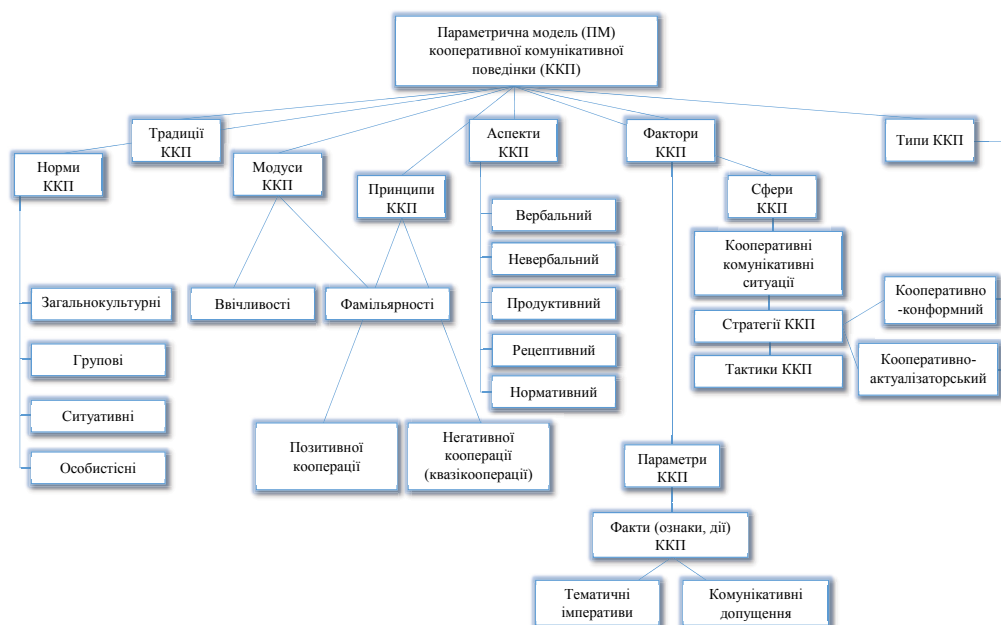


Рисунок 1

Запропонована параметрична модель передбачає системний, здебільшого формалізований опис кооперативної комунікативної поведінки на основі певної, обраної дослідником, сукупності факторів, параметрів і ознак, за якими може бути проаналізована комунікативна поведінка будь-якого етносу. Саме в межах параметричної моделі виділяються комунікативні фактори, параметри та ознаки. Основою опису є комунікативні ознаки (дії, факти), виділені емпірично з фактичного порівняльного мовленнєвого матеріалу. Ці ознаки повинні бути систематизовані, узагальнені в параметри, а параметри – в фактори. Отже, дослідник повинен отримати узагальнену модель комунікативної поведінки етносу, побудовану ієрархічно. Виявлення факторів і параметрів опису національної комунікативної поведінки – важливе і складне завдання, що вимагає дотримання чітких принципів комплексної методики аналізу.

Таким чином, опис комунікативної поведінки етносу за параметричною моделлю передбачає, насамперед, цілісну характеристику релевантних рис комунікативної

поведінки досліджуваної лінгвокультури в зіставленні з іншою. Комунікативні ознаки (вербальні та невербальні) мають розглядатися неподільно в межах відповідних параметрів, оскільки їхні функції у рамках певних комунікативних параметрів збігаються (див. докладніше працю за редакцією Й. А. Стерніна «Американська комунікативна поведінка», в якій застосована параметрична модель для зіставлення російської та американської комунікативної поведінки [Американское 2001]. Погоджуємось із ученим, що параметрична модель є теоретичною базою для опису національної комунікативної поведінки, а ситуативно-тематична і аспектна моделі надають емпіричний матеріал для узагальнення, який в свою чергу використовується при параметричному описі. Отже, всі три моделі не виключають, а припускають і доповнюють одна одну [Стернин 2015, 22].

Основним у комплексній методиці аналізу кооперативної комунікативної поведінки українців, росіян і литовців у нашому дослідженні слугуватиме антропометричний метод, що передбачає отримання знань про мову і мовлення через звернення з різними питаннями та завданнями безпосередньо до носіїв конкретної комунікативної культури. Можна виділити два базові різновиди (форми) антропометричного методу – опитування (інші терміни – анкетування, лінгвістичне інтерв'ювання) і соціо-психолінгвістичний (вільний або спрямований) експерименти. В обох випадках результати так чи інакше статистично обробляються, на підставі чого робляться висновки щодо домінантних тенденцій, ядерних і периферійних ознак мовного/мовленнєвого явища.

Методика опису національної кооперативної комунікативної поведінки здійснюється в декілька послідовних етапів [див. докладніше: Лазуренко 2006; Стернин 2015].

**1. Попередній етап.** Мета – складання вихідного списку національних, групових, особистісних рис, більш-менш характерних для представників певної лінгвокультури. Цей етап характеризується використанням таких методик, як пілотажне опитування; спостереження (зокрема й опосередкованого); ідеальної типізації; ранжування; аналізу рівня культури мовлення; виявлення диференційних комунікативних особливостей мовлення; з'ясування типових висловлювань для представників тієї або тієї лінгвокультури; аналізу художніх текстів тощо.

Так, методика пілотажного опитування полягає в тому, що процедура проводиться серед порівняно невеликої кількості респондентів (наприклад, 2 групи по 30 осіб), метою якої є отримання первинної інформації. Респондентам пропонується назвати певні національні, групові, особистісні риси, що характеризують комуніканта.

Дотичним до проблематики нашої розвідки є з'ясування конкретних лінгвокультурних особливостей кооперативної комунікативної поведінки українців, росіян і литовців. Перед безпосереднім виявленням комунікативних ознак, ми пропонуємо носіям зазначених комунікативних культур пілотажне опитування (див. анкету 1), де респонденти у вільній формі можуть відповісти на питання, пов'язані як загалом із розумінням кооперативності та ввічливості у практиці повсякденного спілкування, так і з конкретними пропозиціями визначити певні

комунікативні характеристики за допомогою методики ранжування (наприклад, *Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку українців (росіян/литовців) в аспекті кооперативності та ввічливості?*).

*Анкета 1*

### **КООПЕРАТИВНІСТЬ І ВВІЧЛИВІСТЬ У НАЦІОНАЛЬНІЙ КОМУНІКАТИВНІЙ ПОВЕДІНЦІ**

*Заповніть, будь ласка, анкету та повідомте наступні дані:*

Вік \_\_\_\_\_ Місце народження \_\_\_\_\_  
Стать \_\_\_\_\_ Освіта \_\_\_\_\_  
Національність \_\_\_\_\_ Професія (спеціальність, фах) \_\_\_\_\_  
Рідна мова \_\_\_\_\_

Чи маєте Ви досвід спілкування з іноземцями:

*так/ні, де \_\_\_\_\_ термін \_\_\_\_\_*

1. *Напишіть, будь ласка, що означають для Вас слова кооперативність (у спілкуванні)<sup>1</sup> та ввічливість; яку людину Ви можете назвати кооперативною (у спілкуванні) та ввічливою.*

Кооперативність – це \_\_\_\_\_

Кооперативна (в спілкуванні) людина – це \_\_\_\_\_

Ввічливість – це \_\_\_\_\_

Ввічлива людина – це \_\_\_\_\_

2. *Наведіть, будь ласка, приклади різновидів (типів) кооперативної та ввічливої комунікативної поведінки (можна вказати одну або декілька кооперативних і ввічливих ситуацій спілкування):*

кооперативна \_\_\_\_\_

ввічлива \_\_\_\_\_

3. *Наведіть, будь ласка, приклади різновидів (типів) некооперативної та неввічливої комунікативної поведінки (можна вказати одну або декілька некооперативних і неввічливих ситуацій спілкування):*

некооперативна \_\_\_\_\_

неввічлива \_\_\_\_\_

4. *Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку українців?*

а) дуже ввічлива

а) дуже кооперативна

б) ввічлива

б) кооперативна

в) переважно ввічлива

в) переважно кооперативна

г) переважно неввічлива

в) переважно некооперативна

г) неввічлива

г) некооперативна

5. *Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку росіян (якщо Ви не маєте досвіду спілкування або у Вас відсутня певна думка, можете не відповідати на це питання).*

<sup>1</sup> *Кооперативна комунікація* – ситуація спілкування, що базується на когнітивній структурі спільних намірів комунікантів із використанням ефективних мовних і мовленнєвих засобів, вибір яких зумовлений однаковими уявленнями про комунікативні цілі один одного, взаємним розподілом комунікативних ролей, насамперед партнерських [Корольов 2014, 370].

- |                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| а) дуже ввічлива        | а) дуже кооперативна        |
| б) ввічлива             | б) кооперативна             |
| в) переважно ввічлива   | в) переважно кооперативна   |
| г) переважно неввічлива | в) переважно некооперативна |
| г) неввічлива           | г) некооперативна           |

6. Як загалом Ви могли б охарактеризувати комунікативну поведінку литовців (якщо Ви не маєте досвіду спілкування або у Вас відсутня певна думка, може не відповідати на це питання).

- |                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| а) дуже ввічлива        | а) дуже кооперативна        |
| б) ввічлива             | б) кооперативна             |
| в) переважно ввічлива   | в) переважно кооперативна   |
| г) переважно неввічлива | в) переважно некооперативна |
| г) неввічлива           | г) некооперативна           |

8. Які інші риси національного характеру Ви могли б виділити?

українці \_\_\_\_\_

росіяни \_\_\_\_\_

литовці \_\_\_\_\_

9. Можете додати будь-які коментарі щодо тематики анкети.

**II. Етап верифікації виявлених комунікативних рис.** Список виділених наведеними вище методиками рис коригується і верифікується незалежними інформантами – носіями комунікативної культури. Інформантам пропонується завдання: підтвердити або заперечити ту чи іншу комунікативну рису із запропонованих (див. анкета 1 пп. 4, 5, 6, 7). До аналізу на цьому етапі можна залучати відомості про лінгвокультурологічні дослідження констант, концептів, ключових понять і цінностей української, російської та литовської комунікативних культур, які так чи інакше впливають на національну специфіку кооперативної комунікативної поведінки.

Анкета 2

### КОМУНІКАТИВНА КООПЕРАТИВНА ПОВЕДІНКА В СИТУАЦІЇ ПРИВІТАННЯ

Заповніть, будь ласка, анкету та повідомте наступні дані:

Вік \_\_\_\_\_

Місце народження \_\_\_\_\_

Стать \_\_\_\_\_

Освіта \_\_\_\_\_

Національність \_\_\_\_\_

Професія (спеціальність, фах) \_\_\_\_\_

Рідна мова \_\_\_\_\_

Прочитайте, будь ласка, діалоги та доповніть їх репліками, які на Вашу думку є найтипівішими для вжитку в представленій комунікативній ситуації.

1. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають викладач та студенти.

Викладач: \_\_\_\_\_

Студенти: \_\_\_\_\_

2. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають офіціант та відвідувачі ресторану (кафе).

Офіціант: \_\_\_\_\_

Відвідувач: \_\_\_\_\_

3. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають батьки та їхні діти.

Батько (мати):

Дитина (син або дочка):

4. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають керівники (управлінці тощо) та їхні підлеглі співробітники.

Керівник:

Підлеглий співробітник:

5. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають колеги або знайомі (необхідне підкресліть). Напишіть, будь ласка, специфічні привітання для певної професії чи роду занять (із зазначенням якого саме), якщо такі Вам відомі.

Колега 1 (знайомий 1):

Колега 2 (знайомий 2):

6. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживають друзі.

Друг 1 (подруга 1):

Друг 2 (подруга 2):

7. Які найтипівіші форми привітання, за Вашими спостереженнями, вживає комунікант (наприклад, конферансьє концерту), що звертається до великої аудиторії (публіки) на офіційному (урочистому, святковому) заході.

Конферансьє:

**III. Етап опису національної комунікативної поведінки представника певної лінгвокультури (моделювання).** Узагальнюються всі одержані і верифіковані різними прийомами і методами характеристики національної комунікативної поведінки, що дозволяє створити узагальнений підсумковий комунікативний портрет комуніканта, приналежного до певної лінгвокультури.

Отже, ми розглянули методологічні засади вивчення національної кооперативної комунікативної поведінки, на основі чого сконструювали її параметричну модель та запропонували використання антропометричного методу як одного зі складників комплексної методики аналізу досліджуваного феномена. У перспективі подальших досліджень плануємо проведення соціо- та психолінгвістичного експериментів із застосуванням антропометричного методу для аналізу національної кооперативної комунікативної поведінки в межах її параметричної моделі.



**Королёв И.Р., канд. филол. наук, доц., докторант**

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

**Методология и методика исследования национального кооперативного коммуникативного поведения**

В статье рассматривается феномен национального кооперативного коммуникативного поведения, в частности уточняется определение этого понятия, а также освещаются некоторые методологические аспекты и постулаты в изучении исследуемого объекта. На основе синтеза и анализа основных научных работ по заявленной проблематике предлагается параметрическая модель кооперативного коммуникативного поведения, которая послужит ориентиром и концептуальной рамкой для наших дальнейших исследований. Отдельное внимание уделено описанию антропометрического метода как составляющей комплексной методики анализа национального кооперативного коммуникативного поведения.

*Ключевые слова:* национальное кооперативное коммуникативное поведение; параметрическая модель; антропометрический метод.

**Korolyov I.R., PhD., Associate Professor, Post-Doctoral Researcher**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Methodology and Research's Methods of National Cooperative Communicative Behavior**

As part of the paper, the phenomenon of national cooperative communicative behavior has been examined. In particular, the definition of a national cooperative of communicative behavior has been clarified and some methodological aspects and postulates have been highlighted in the study of the object. Based on the synthesis and analysis of the major scientific works on the stated issues the article suggests a parametric model of cooperative communicative behavior, which will serve as a reference and conceptual framework for our future research. Special attention is paid to the anthropometric method's description as a component of complex research techniques of the national cooperative communicative behavior's analysis.

*Key words:* national cooperative communicative behavior, parametric model, anthropometric method.

**Література:**

1. *Американское коммуникативное поведение* / [Под ред. И. А. Стернина, М. А. Стерниной]. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. – 167 с.
2. *Бацевич, Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики* / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : Вид. центр Львівськ. нац. ун-ту, 2003. – 247 с.
3. *Бацевич, Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації* / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : Вид. центр Львівськ. нац. ун-ту ім. Івана Франка; К. : Довіра, 2007. – 205 с.
4. *Бухаева, Р. В. Этнокультурные стереотипы речевого общения (на материале бурятского языка): автореф. дис. ... доктора филол. наук: спец. 10.02.019 "Теория языка"* / Р.В. Бухаева. – М., 2015. – 49 с.
5. *Газизов, Р. А. Коммуникативная категория вежливости в немецкой лингвокультуре: автореф. дис. ... доктора филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки"* / Р.А. Газизов. – Уфа, 2011. – 44 с.
6. *Глушак, В. М. Лингвопрагматический аспект речевого поведения коммуникантов в ситуациях повседневного общения (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... доктора филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки"* / В.М. Глушак. – М., 2009. – 48 с.
7. *Голубовська, І. О. Етнічні особливості мовних картин світу* / Ірина Олександрівна Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
8. *Грайс, Г. П. Логика и речевое общение* / Г.П. Грайс // *Новое в зарубежной лингвистике.* – М., 1985. – Вып. 21. – С. 217–237.
9. *Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность* / Юрий Николаевич Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.

10. Корольов, І. Р. Когнітивно-комунікативна категорія кооперативності в міжособистісному спілкуванні / І.Р. Корольов // *Studia Linguistica*: зб. наук. пр. – Вип. 8. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2014. – С. 369–375.
11. Лазуренко, Е. Ю. Методики описания профессионального коммуникативного поведения / Е. Ю. Лазуренко // *Вестник Воронежского госуд. универ-та. Серия : Филология. Журналистика*. – 2006. – №2. – С. 100-106.
12. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Татьяна Викторовна Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 507 с.
13. Павловская, А. В. Особенности национального характера итальянцев, англичан, немцев, норвежцев и финнов, американцев, исландцев / Анна Валентиновна Павловская. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007. – 172 с.
14. Попова, З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – [2-е изд.]. – Воронеж : Истоки, 2003. – 60 с.
15. Прохоров, Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Юрий Евгеньевич Прохоров. – Изд. 4-е, стереотип. – М. : КомКнига, 2006. – 224 с.
16. Седов, К. Ф. Типы языковых личностей по способности к кооперации в речевом поведении / К. Ф. Седов // *Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр.* – Саратов : Колледж, 2000. – С. 6–12.
17. Стернин, И. А. О понятии коммуникативного поведения / И.А. Стернин // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*, Halle, 1989. – S. 279–282.
18. Стернин, И. А. Модели описания коммуникативного поведения / Иосиф Абрамович Стернин. – Воронеж : «Гарант», 2015. – 52 с.
19. Стернин, И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. – Воронеж : Истоки, 2003. – 185 с.
20. Тер-Минасова, С. Г. Война и мир языков и культур : вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – М. : АСТ : Астрель ; Хранитель, 2007. – 286 с.
21. Томаселло, М. Истоки человеческого общения / Майкл Томаселло. – М. : Языки славянских культур, 2011. – 323 с.
22. *Этнопсихоллингвистика* / [Ю. А. Сорокин, И. Ю. Марковина, А. Н. Крюков и др.; Отв. ред. Ю. А. Сорокин; АН СССР, Ин-т языкознания]. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
23. Brown, P. Politeness : Some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 358 p.
24. Haugen, E.I. The Ecology of Language / Einar Ingvold Haugen. – Stanford University Press, 1972. – 366 p.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2015.