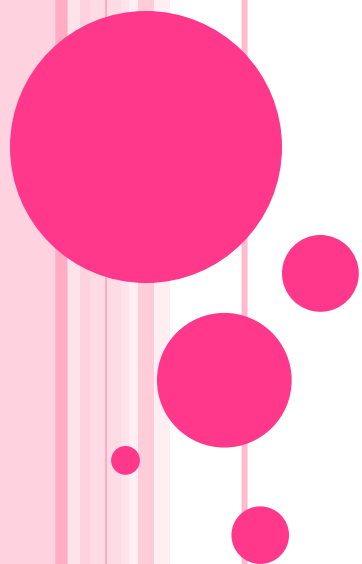


Літературні ілюстрації комунікативних закономірностей



ПОВТОРЕНІСТЬ

□ У комунікації є мовні уривки повтор, яких дозволений, і є ті, повтор яких заборонений. Ю.В. Різдяний будує на цьому свою класифікацію мовних жанрів. Як правило ми не йдемо на повтор. Вважається, що людина в змозі розуміти і породжувати нескінченне число пропозицій, на відображенні чого будується таке лінгвістичний напрям, як породжують граматики.

□ "О Русская земля!
Ты уже за холмом."

"За Русскую землю,
За Игоревы раны -
Удалого сына Святославича"
"Слово о полку Игореве"



ТОЧКА ЗОРУ

□ Створюється безліч повідомлень , в рамках яких читач повинен легко орієнтуватися , розуміючи, де чия точка зору.

□ Я вас любил: любовь ещё,
быть может,
В душе моей угасла не
совсем;
Но пусть она вас больше не
тревожит;
Я не хочу печалить вас
ничем.
Я вас любил безмолвно,
безнадежно,
То робостью, то ревностью
томим;
Я вас любил так искренно,
так нежно,
Как дай вам Бог любимой
быть другим.



ЗАЛЕЖНІСТЬ ОБ'ЄКТА ВІД ЙОГО ІМЕНІ

□ У далекому минулому просто так не можна було вживати ім'я людини, щоб йому не нашкодити. Сьогодні роль імені настільки ж значуща, наприклад, у виборі назви для товару, для нового продукту. Згадаймо поява експортної "Лади" замість вітчизняних "Жигулів", що опинилися немилозвучними на зарубіжному ринку. У тексті ми цитували зауваження О. Фрейденберг про зумовленість сюжету тим чи іншим ім'ям героя.

□ **Лорд Волан-де-Морт** Гарний, талановитий хлопчик перетворився на жахливого людини з понівеченим обличчям і став найзлішим магом століть, відомим як **Лорд Волан-де-Морт**. Майже ніхто не знав його справжнього імені. Том Марволо Реддлі



ДОЗВОЛЕНІСТЬ ТЕМИ ТА ЙОГО ЗАБОРОНЕНІСТЬ

- На цю тему є цікавий вислів Т. ван Дейка:
- "Дія цих обмежень настільки сильно, що нас рідко дивує вибір тим у відповідних ситуаціях. І якщо незнайомиць в автобусі почне нам несподівано розповідати про своє інтимне життя або проблемах, пов'язаних з прибутковим податком, ми відчуємо себе вкрай ніяково. Якщо в подібній ситуації взагалі можливий розмову, він повинен зачіпати основні теми, пов'язані з поїздкою в автобусі, і, можливо, стереотипні запитання (погода), важливі події (вбивство в місті) або інші теми суспільного значимості, і тільки потім розмова може бути звернений до особистих тем - головним чином до поведінки і зовнішності. Як видно з цього прикладу, репертуар тим впорядкований, існує певна ієрархія тим, обумовлена в термінах ймовірності або прийнятності "

- Якщо ти працюєш на підприємство, і ти є володарем комерційної таємниці, ти не можеш обговорювати цю тему з людьми які не мають допуску до володіння цієї інформації.



КОМУНІКАТИВНІСТЬ МОВЧАННЯ

□ Мовчання також є комунікативною одиницею. Посилення його комунікативності можливо при спеціальному конструюванні особливих контекстів. Наприклад, мовчання у відповідь на питання чи прохання відразу стає елементом відмови або небажання виконувати те, про що просять. В іншому випадку мовчання стає знаком небажання або невміння співрозмовників підтримувати відносини. Мовчання моделює сильного співрозмовника, оскільки слабкому доводиться говорити, щоб повернути сильного на свою сторону (в аксіоматиці спілкування, запропонованої П. Єршовим)..

- Стратегія успішних торгових агентів-метод мовчазної завершення.
- Задавши завершальне питання, зберігає повне мовчання. Чи не вимовляєте ні слова. Мовчить стільки часу, скільки буде потрібно, по скільки програє той, хто заговорить першим
- Брайн Тресі “Мистецтво укладання угод”

