

მარინე სირბილაძე, ჭმანანა ზანძელაძე

აკაკი წერელის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ქუთაისი, საქართველო

marinesirbiladze23@gmail.com<https://doi.org/10.52340/lac.2025.10.55>

სამეტყველო ეტიკეტის სოციალ-ფსიქოლოგიური ასპექტი

საკვანძო სიტყვები: სამეტყველო ეტიკეტი, სოციალური კომუნიკაცია, სოციალ-ფსიქოლოგიური ასპექტი

თანამედროვე ლინგვისტიკაში სიტყვა განიხილება არამხოლოდ როგორც ლინგვისტური კატეგორია, არამედ როგორც კულტურის ცნება. იგი, როგორც სამყაროს ენობრივი სურათის ერთეულის შინაარსი, ყოველთვის ასახავს კონკრეტული ლინგვოკულტურულ საზოგადოების კულტურისა და მსოფლ-მხედველობის თავისებურებებს. სიტყვები, როგორც ცნებები, გამოიყენება სამეტყველო მოქმედებებში, რითაც ხორციელდება სოციალური კომუნიკაცია. ამ უკანასკნელის გარეშე წარმოდგენილია ზოგადად ადამიანის აქტივობა, რაც მის ყოველდღიურობას განაპირობებს.

ვერბალური კომუნიკაციის ყოველი კონკრეტული სამეტყველო აქტი გულისხმობს პრაგმატიკულ მიმართულებას ამ აქტში მონაწილე პარტნიორისადმი, იგი გათვლილია რეალური, კონკრეტული ადრესატის ან პოტენციალურად არსებულ ადრესატთა კრებითი მოდელის ენობრივ გამოცდილებაზე, იმ სათანადო ცოდნის მარაგზე, რომლის ფონზე რეალიზებადი უნდა იყოს მიღებული შეტყობინების გაცნობიერება.

სამეტყველო აქტივობა, დიდი ხანია, ფსიქოლინგვისტიკის შესწავლის საგანგებო საგანია. მაგალითად ცნობილია ე.წ. სამეტყველო აქტების თეორია (ჯ.ოსტინი, 1955), რომელმაც გადამწყვეტი ბიძგი მისცა თანამედროვე ენათმეცნიერების იმ ნაწილის განვითარებას, რომელსაც პრაგმალინგვისტიკა ეწოდება.

სამეტყველო აქტივობა შედგება ქვეაქტებისგან, ენობრივი ოპერაციებისაგან, სადაც ოპერატორები კომუნიკაციის აქტიური მონაწილეები არიან. ესენია: ლოკუ-ციური, ილოკუციური, პროპოზიციული და პერლოკუციური აქტები (ჯ.ოსტინი, 1962). სოციალური კომუნიკაციის პროცესში, უმეტეს შემთხვევაში, კომუნიკატორი ითვალისწინებს და იცავს (ცნობიერად თუ არაცნობიერად) სამეტყველო ეტიკეტის ნორმებს (არსებობს გამონაკლისებიც) მით უფრო მნიშვნელოვანია ეტიკეტის დაცვა, როცა კონკრეტული მიზნის გარდა, ყველა გამონათქვამის ფუნქციას მსმენელზე გარკვეული ეფექტის მოხდენა წარმოადგენს. ეს არის სამეტყველო ქმედების ერთ-ერთი განზომილება-პერლოკუციური აქტი, სადაც მეტყველება განიხილება მისი რეალური შედეგების ასპექტში. პერლოკუცი-ური აქტი ორიენტირებულია ადრესატზე და მისი გამოყოფით ხაზი ესმება სამეტყველო აქტის ინტერსუბიექტურობას. ასევე მნიშვნელოვანია ეტიკეტის დაცვა და გამოყენება ე.წ. ფატიკური კომუნიკაციისა, რომლის დროსაც მოსაუბრეები მხოლოდ

ცოცხალი ურთიერთობის შენარჩუნებას ცდილობენ, რაც ემსახურება მეგობრული, თბილი ატმოსფეროს შექმნას.

ადამიანთა ურთიერთმიმართების სოციალური შეფასება ისევე დეტერმინირებულია საზოგადოებრივი ცნობიერებით, როგორც ქცევა, რომელიც საკუთარი მოქმედებების გარე სინამდვილესთან მისადაგების უნარს წარმოადგენს, ხოლო შეფასება არის სოციალური ქცევის რელევანტურობის განსაზღვრა საზოგადოებაში მიღებულ ღირებულებათა სისტემის შესაბამისად. მიუხედავად პიროვნების ხასიათის უდიდესი გავლენისა ქცევაზე, სოციალურ ღირებულებათა სისტემა ცდილობს, თვით ხასიათი მოაქციოს გარკვეულ ნორმატიულ ჩარჩოებში.

სოციალური ურთიერთობის ეთიკური ნორმები მოქცეულია ეტიკეტის ჩარჩოში და გამოხატული ფასეულობები ეფუძნება საზოგადოების და ინდივიდის მორალურ-ზნეობრივ ღირებულებებს, ტრადიციებს, რაც ასე მნიშვნელოვანია თითოეული ეთნოსისათვის.

ეტიკეტი, პირველ რიგში, სოციალური მოვლენაა, მაგრამ არა მხოლოდ, იგი კულტურული, ისტორიული და, რასაკვირველია, ფსიქოლოგიური ფენომენია, რომელსაც აუცილებლად გააჩნია ლინგვისტური ასპექტი, უფრო მეტიც, ლაპარაკია ენობრივ ეტიკეტზე, როგორც სხვადასხვა სიტუაციაში კომუნიკაციისთვის დამახასიათებელი ლინგვისტური ნორმების ერთობლიობაზე. ლინგვისტური ეტიკეტი თავს იჩენს ზეპირი თუ წერიტი, უშუალო თუ ვირტუალური კომუნიკაციისას თავაზიანობის ნორმების სახით, მოსაუბრის მიერ ოფიციალური, ნეიტრალური თუ შინაური სტილისთვის შესაფერისი ენობრივი ფორმების შერჩევაში.

ადამიანებს კომუნიკაციის ზიარი ცოდნა უნდა ჰქონდეთ ეტიკეტის ნორმების შესახებ, რათა წარმატებით შეძლონ კომუნიკაციის დამყარება, წინააღმდეგ შემთხვევაში წარმატებული კომუნიკაცია ვერ შედგება არა მარტო სხვადასხვა ყოფის წარმომადგენელთა, არამედ ერთსა და იმავე ყოფის წარმომადგენლებს შორის ურთიერთობის დროსაც კი, ანუ ეტიკეტის დაცვას წარმატებული კომუნიკაციისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს. ლინგვისტური ეტიკეტი, ბუნებრივია, გამოიყენება მეტყველებაში, ანუ ვერბალური კომუნიკაციის დროს, რომელიც სოციალური ურთიერთობის სპეციფიკურად დამახასიათებელ ფენომენს წარმოადგენს მიუხედავად იმისა, რომ თანამედროვე ფსიქოლოგიის მონაცემებით ინფორმაციის 65%-მდე ურთიერთობის არავერბალურ საშუალებებზე მოდის.

უნდა აღინიშნოს, რომ პრაქტიკულად არ არსებობს ადამიანის ქცევა, სადაც არ იყოს ჩართული სამეტყველო აქტივობა (მოქმედება). ამიტომ სამეტყველო ეტიკეტი რეალურად ადამიანის ნებისმიერი ტიპის ქცევის განხორციელებაში გამოსადეგი კომპონენტია, რომელიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ქცევის ეფექტურ დასრულებაზე.

ადამიანის ყოველდღიური ქცევები, რომლებიც სხვადასხვა დროს, სხვადასხვა სიტუაციაში ხორციელდება, რა თქმა უნდა, მრავალფეროვნებით ხასიათდება. ამ ქცევების წარმატებით დასრულებისათვის სავალდებულოა თავაზიანობის შესაფერისი სტანდარტების დაცვა.

სპეციალურ ლიტერატურაში მითითებულია, რომ, მაგალითად, ინგლისურსა და ქართულში, სხვადასხვა სიტუაციებში წარმოებულ საუბრებზე დაკვირვებით გამოვლენილია ორივე ენაში არსებული ეტიკეტით გათვალისწინებული არაერთი ნორმა და გარკვეული მოთხოვნა. ნათელია, რომ ლექსიკისა და გრამატიკის ათვისებისა და

სრულყოფილი დაუფლებისათვის, უცხოელებთან სასურველი ურთიერთობის დასამყარებლად აუცილებელია მათი ყოფისა და ფატიკური კომუნიკაციის ნორმების ცოდნაც (ამაზე ზემოთაც მივუთითეთ - მ.ს.).

სხვადასხვა კულტურაში განსხვავება არა მარტო ეტიკეტის ნორმები, არამედ ამ ნორმების გამოყენება ქალებსა და მამაკაცებს შორის.

ხშირია შემთხვევა, როცა ერთი და იმავე ფრაზით ქალი და მამაკაცი სხვადასხვა სათქმელს გამოხატავს, ვინაიდან ქალები საუბრისას ზემოქმედების ჩართვის სტრატეგიას მიმართავენ, ხოლო მამაკაცები დამოუკიდებლობის სტრატეგიას, შესაბამისად, გამოგვაქვს დასკვნა, რომ ქალები და მამაკაცები მათ მიერ წარმოთქმულ ფრაზებში, ხშირ შემთხვევაში, სხვადასხვა პრაგმატიკულ დატვირთვას იღებენ. აქედან გამომდინარე, ვგებულობთ, რომ ქალები ლინგვისტურად უფრო თავაზიანები არიან, ვიდრე მამაკაცები. ამასთანავე, მამაკაცები უფრო ხშირად აწყვეტინებენ მოსაუბრეს საუბარს, ვიდრე ქალები. ქალები კი მამაკაცებთან შედარებით (ორივე ენის შემთხვევაში) უფრო ხშირად წარმოთქვამენ საუბრის შესანარჩუნებელ სიგნალებს ნიშნად იმისა, რომ ყურადღებით უსმენენ მოსაუბრეს და ცდილობენ, წახალისონ იგი, ხოლო მამაკაცები ამგვარ სიგნალებს სასაუბრო ჯერის მოპოვების მიზნით იყენებენ. ქალები მამაკაცებთან შედარებით უფრო მეტ ბოდიშს იხდიან, ვინაიდან მობოდიშება ჩართვის ერთ-ერთი სტრატეგიაა. დაკვირვება აჩვენებს, რომ ინგლისურში ქალები მეტ კომპლიმენტს წარმოთქვამენ, ვიდრე კაცები, ქართულ ენაში კი პირიქით-მამაკაცები მეტ კომპლიმენტს ამბობენ, ვიდრე ქალები.

როგორც ცნობილია, ეტიკეტი თავაზიანობის მანერების და სოციალურად მოწესრიგებული ქცევის ნორმების ერთობლიობაა და მოიცავს ადამიანთა აქტივობის სტანდარტებს საერთოდ საზოგადოებაში. მიუხედავად იმისა, რომ კულტურები განსხვავდებიან გარკვეულწილად ქცევის ნორმების და რეალიებისადმი დამოკიდებულის (ემოციონალური ექსპრესია) თვალსაზრისით, არ არსებობს მაინც კულტურა, სადაც წესის საწინააღმდეგოდ აქტივობა, რბილად რომ ვთქვათ, უსიამოვნოდ არ აღიქმებოდეს. ტრადიციების თუ ეტიკეტის დარკვევისათვის სრულიად ტრივიალური ნეგატიური სანქციებიც კი ძალზე მტკივნეულია, რაც არცერთ ნორმალურ ადამიანს არ სურს. ამიტომაც ვემორჩილებით საზოგადოებრივ ეტიკეტს და ვართ კონფორმულები მისდამი იმიტომ, რომ ჩვენი ნორმები ეფუძნება საერთო ღირებულებებს ანუ ეთიკურ პრინციპებს, რასაც ერთი კულტურის ადამიანები იზიარებენ (მსგავსი სოციალური განწყობების მქონე ჯგუფი-მ.ს.). ეს ფასეულობები ინდივიდუალურად ადამიანის ან ადამიანთა ჯგუფის შეფასების პრიზმაში არსებობს და ახასიათებს ნებისმიერი ეთნოსის ფსიქოლოგიას. ასე იქმნება ეროვნული ხასიათი. თუმცა ზოგიერთი მეცნიერის პესიმისტური დასკვნით, არ შეიძლება იმის მტკიცება, რომ რომელიმე ერს გააჩნია ეროვნული ხასიათი (ლევენსონი და ინკელსი, 1969). ზ. გოცირიძის (2012) მტკიცებით, აღნიშნულ სირთულეს კიდევ უფრო აღრმავებს ის გარემოება, რომ ჩვენს დროში შეინიშნება ფსიქოლოგიიდან „ხასიათის“ ცნების განდევნა და მისი შეცვლა „პიროვნულ თვისებათა“ ცნებით. კულტუროლოგები და ანთროპოლოგები ეთნიკური საზოგადოების ფსიქოლოგიური თავისებურებების აღსანიშნავად სულ უფრო მეტად იყენებენ „მენტალობის“ ცნებას.

მენტალობაზე ვილაპარაკებთ თუ ეროვნულ ხასიათზე, ამით, ალბათ, ბევრი არაფერი იცვლება, რადგან ორივე ეს ცნება აერთიანებს იმ საზოგადოებას, იმ სოციუმის განსაკუთრებულ მახასიათებლებს, რომელშიც ცხოვრობს რა ინდივიდი, იძენს მტკიცე ნიშნების ერთობლიობას. ეს ყველაფერი ყალიბდება და ვლინდება ურთიერთობებში,

ქცევაში, ეტიკეტში, მათ შორის სამეტყველო ეტიკეტში, ე.ი. გააჩნია სოციალური ბუნება, წარმოადგენს ყოველდღიურ ყოფას, რომელიც გარკვეულ დროსა და სივრცეშია განფენილი და ფსიქოლოგიური ფაქტორებითაა განპირობებული-განსაზღვრული. უნდა ითქვას, რომ ეს ყველაფერი საგანმანათ-ლებლო-სააღმზრდელო სფეროს უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს. სხვა საკითხია, თუ როგორ ართმევს თავს ამ ამოცანას საგანმანათლებლო სისტემები, მათ შორის ჩვენიც.

ეტიკეტის საკითხების შესწავლა ადასტურებს, რომ არსებობს ეტიკეტის ნორმების უნივერსალური და ეთნიკური ფორმები, რასაც ყოველი ეთნოფორი იყენებს ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ფსიქოლოგიური თვალსაზრისით, ეტიკეტი შეიძლება მოვიაზროთ, როგორც ქცევა და როგორც მოქმედება ეტიკეტის, როგორც ქცევის, განხილვა უკავშირდება ტრადიციების, ჩვეულებების რეალიზაციას, ვინაიდან გარკვეული მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მიზანს ემსახურება და ჯდება ქცევის ზოგადფსიქოლოგიური სქემის ჩარჩოში. ხოლო ეტიკეტი, როგორც მოქმედება, განიხილება სტანდარტული ფორმის, ჩვევის ანუ ავტომატიზებული აქტივობის სახით, რომელიც, შესაძლებელია, განმეორდეს სხვადასხვა ქცევაში.

რაც შეეხება ლინგვისტური ანუ სამეტყველო ეტიკეტის გამოყენებას, სულერთია რა ფორმითაც არ უნდა ხორციელდებოდეს იგი (ზეპირი, წერითი, უშუალო თუ ვირტუალური), განიხილება, როგორც მოქმედება, რომელსაც არ ჭირდება საკუთარი განწყობა ისევე, როგორც ნებისმიერ სამეტყველო აქტს, რომელიც ენობრივ კომუნიკაციის მოთხოვნილების საფუძველზე ხორციელდება. ასე უნდა დადგეს, ჩვენი აზრით, სამეტყველო აქტივობის სტრუქტურულ-ფუნქციონალური დახასიათების გააზრების საკითხი. უფრო კონკრეტულად კი საქმის ვითარება შემდეგნაირად უნდა წარმოვიდგინოთ: დ. უზნაძის მიერ მოცემული განწყობის სტრუქტურის მოდელის მიხედვით, სამეტყველო აქტივობა დამოუკიდებელ ქცევად განიხილება, რომელსაც თავისი დამოუკიდებელი განწყობა (ენობრივი) განსაზღვრავს და მნიშვნელობა არა აქვს სხვა ქცევების მიმდინარეობის პროცესში წარმოშობილ აუცილებლობასთანაა დაკავშირებული თუ უშუალოდ სამეტყველო კომუნიკაციის მოთხოვნილებით არის განპირობებული. ენობრივი განწყობის ცნებას უარყოფს, მაგალითად, ა. ალხაზიშვილი გამომდინარე იქიდან, რომ ეჭვის ქვეშ აყენებს ფაქტს, თუ რამდენად მართებულია რომელიმე ქცევის განვითარებისას ენობრივი კომუნიკაციის დამყარების აუცილებლობა ცალკე არსებულ მოთხოვნილებად იქნას გამოცხადებული, თუმცა სამეტყველო აქტს სამართლიანად განიხილავს მოქმედების და არა ქცევის დონეზე განხორციელებულ აქტივობად. ა. ალხაზიშვილი (2003) გამოსავალს პოულობს „ენობრივი შეფერილობის“ ცნების შემოღებით. მისთვის მთავარია, რომ ქცევის მიზანს სამეტყველო ქმედებები არასამეტყველო ქმედებებთან შერწყმულად ემსახურებიან, რაც განსაზღვრავს იმას, მისი აზრით, რომ ადამიანის ქცევა ენობრივად შეფერილია. საგულისხმოა, რომ სპეციალურ ლიტერატურაში არსებობს მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ ნაკლები ყურადღება ექცევა მეტყველების, როგორც გარკვეული სახის აქტივობის, ფსიქოლოგიური ბუნების შესწავლას.

ჩვენ ვფიქრობთ, რომ სამეტყველო აქტივობის, შესაბამისად, სამეტყველო ეტიკეტის, განწყობის დინამიკურ მოდელში მოაზრება საშუალებას გვაძლევს, განვიხილოთ იგი ენობრივი კომუნიკაციის მოთხოვნილების, შესაბამისად, ლინგვისტური ეტიკეტის გამოყენების მოთხოვნილების ანუ, ლინგვისტური განწყობის მიხედვით მიმდინარე

აქტივობად, რომელიც ამა თუ იმ ქცევის შემადგენელ მნიშვნელოვან ერთეულს წარმოადგენს და იჩენს რა თავს ამ ქცევის ძირითადი განწყობის საჭიროებისამებრ დინამიკურ ცვლილებაში, მის ერთ-ერთ მდგენელს წარმოადგენს.

ვიმოწმებ ი. იმედაძეს, რომელიც მოთხოვნილების დილემის დინამიკური მოდელის მიხედვით აქტივობის რეალური პროცესის აღწერის გზით აჩვენებს, რომ ადამიანის სულიერი ცხოვრება და საქმიანობა უწყვეტი ნაკადის სახით მიედინება. ამ შეუჩერებელ მდინარებაში ნაირ-ნაირ მოთხოვნილებათა დამაკმაყოფილებელი აქტივობები განუწყვეტლივ გადადის ერთმანეთში. მოტივაციური თავისებურებების მიხედვით, მათ ცალკეულ ქცევად გამოვყოფთ, მაგრამ ეს აქტივობათა წყვეტას არ ნიშნავს, ანუ მოთხოვნილების პროცესს, რომლის აქტივაცია ქცევის ხასიათში შეცვლას უკავშირდება, ცალკე განწყობა არ ესაჭიროება. მისი განცდა ჩნდება მიმდინარე ქცევის განწყობის საფუძველზე (ი. იმედაძე, 2013). მაშინ, როცა განწყობის სტატიკური მოდელი აქტივაციის ცალკეულ გამოვლინებას (ამ შემთხვევაში, სამეტყველო აქტივობა და, შესაბამისად, სამეტყველო ეტიკეტის გამოყენება იგულისხმება) ქცევად და ახალი განწყობების წარმოშობა-მონაცვლეობას განიხილავს, დინამიკური მოდელის მიხედვით ასე არ ხდება, რადგან ამ დროს განწყობაში თავიდანვე ჩადებულია პერმანენტულად მოდიფიკაციის ტენდენცია საჭიროებათა მიხედვით, რომელიც განწყობების ნგრევა-შენების დაშვებას არ საჭიროებს. იგი საერთო მიზანზე მიმართულ პრაქტიკულ და თეორიულ აქტივობებს ერთსა და იმავე ქცევაში ჩართულ და ამ ქცევის განწყობის საფუძველზე მიმდინარე მოქმედებებად განიხილავს (მ. მაღრაძე, 2016).

ისევე, როგორც ნებისმიერ ქცევასა და მოქმედებაში, სამეტყველო აქტშიც (და შესაბამისად ლინგვისტურ ეტიკეტში) ასახულია ერის (ინდივიდის), სოციალური ჯგუფის მენტალური, ემოციური თუ სხვა მახასიათებლების ერთობლიობა რაც ყალიბდება და ასევე ვლინდება ურთიერთობებში, ე.ი. გააჩნია სოციალ-ფსიქოლოგიური ბუნება, დამოკიდებულია ადამიანის (ადამიანების) აზროვნებაზე, ხასიათზე, პიროვნულ თვისებებზე, განწყობებზე.

ლიტერატურა:

1. ალხაზიშვილი ა. - ადამიანის სამეტყველო აქტივობა და განწყობა. ფსიქოლოგიის ინსტ. ჟ „მაცნე“, N1, 2003
2. ბოჭორიშვილია . - ეტიკეტის პრაგმატიკული სტრუქტურა ინგლისურსა და ქართულში, აკად. დოქტორის ხარისხის მოსაპოვებლად დაცული დისერტაცია, თბ. 2008
3. გოცირიძე ზ. - ლოგოეპისტემა, როგორც ინტრაკულტურული ნიშანი და ინტერპრეტაცია კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პოზიციებიდან. ფილოსოფიის დოქტორის ხარისხის მოსაპოვებლად დაცული დისერტაცია, თბ. 2012
4. იმედაძე ი. - გამოკვლევები თეორიულ ფსიქოლოგიაში, თბ. 2013
5. მაღრაძე მ- განწყობის დინამიკური სტრუქტურის მოდელი, როგორც ნეოუზნადიზმი განწყობის ფსიქოლოგიაში, დ. უზნადის 130 წლისთავისადმი მიძღვნილ კონფერენციის მასალები, ქუთაისი, 2016.
6. რამიშვილი ვ. - კულტურათაშორისი კომუნიკაცია, თბ.2010.
7. Inkeles, Lavinson – Human abilities in cultural context, Cambridge University, 1988.

Socio-Psychological Aspect of Speech Etiquette

Abstract

Without social communication, people's daily lives and any of their activities are entirely unimaginable. A specific form of social communication is verbal interaction, despite modern psychological data indicating that 65% of information in communication is conveyed through nonverbal means.

Every specific act of verbal communication carries a pragmatic orientation toward the partner involved in the interaction.

Verbal communication inherently involves the execution of speech acts, which also includes the use of speech etiquette. In reality, it is a valuable component of any human behavior, significantly influencing the effectiveness of its completion.

People need shared knowledge of etiquette, including speech etiquette norms, in the communication process to successfully establish effective communication.

Etiquette is primarily a social phenomenon, but it is also a cultural, historical, and psychological one. It inevitably has a linguistic aspect—more specifically, linguistic etiquette, which refers to the set of linguistic norms characteristic of communication in various situations.

In specialized literature, there is an opinion that insufficient attention is given to the psychological nature of speech as a specific type of activity. However, it has long been a subject of special study in psycholinguistics (e.g., Austin's theory of speech acts, 1955).

According to D. Uznadze's model of set structure, known as the static model, speech activity is considered an independent behavior, defined by its own autonomous set. It does not matter whether it arises from a necessity within another ongoing behavior or is directly driven by the need for verbal communication. In contrast, the dynamic model of speech activity and, consequently, speech etiquette, allows us to view it as an activity shaped by the need for linguistic communication, i.e., linguistic set. This activity constitutes a significant component of behavior, adapting dynamically to the primary attitude of that behavior. In this model, the tendency for permanent modification is embedded from the outset, eliminating the need for the destruction or reconstruction of sets. It considers both practical and theoretical activities directed toward a common goal as actions integrated into the same behavior, operating based on its fundamental set.

Key words: social communication, Speech Etiquette, Socio-Psychological Aspect