

УДК 811.112.2

DOI: 10.32342/2523-4463-2021-2-22-19

**О.М. ШУМ'ЯЦЬКА,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри міжкультурної комунікації та перекладу  
Львівського національного університету імені Івана Франка

## УМОВИ УСПІШНОСТІ МОВЛЕННЕВОГО ЖАНРУ ВИБАЧЕННЯ

У статті досліджено лінгвопрагматичні умови мовленнєвого жанру *вибачення* у сучасній німецькій мові. Мета роботи полягає у комплексному аналізі досліджуваного мовленнєвого жанру. Головне завдання – виявити та описати умови успішності вибачення у німецькій лінгвокультурі.

Для досягнення визначеної мети та розв'язання завдань застосовано низку методів: логіко-семантичний – для виявлення формальних, семантичних та функціональних параметрів вибачення; описовий – для характеристики типових мовних засобів реалізації вибачення; зіставний аналіз – для порівняння вибачення зі спорідненими мовленнєвими актами; прагмасемантичний метод – для виявлення комунікативних стратегій і тактик реалізації вибачення; трансакційний – для аналізу вербальної та невербальної поведінки учасників комунікації; інтент-аналіз – для виявлення непрямого вибачення; метод кількісних підрахунків – для здійснення кількісних характеристик уживання висловлень вибачення в німецькій мові; метод анкетування – для підтвердження етноспецифічних ознак вибачення у німецькій лінгвокультурі.

Сформульовано такі умови успішності мовленнєвого жанру *вибачення*: 1) виконання умови щирості; 2) знання правил увічливої поведінки у відповідному культурному середовищі; 3) наявність загальних знань про ситуацію, що склалася; 4) дотримання принципів мовленнєвої кооперації; 5) аналіз та планування своєї поведінки та поведінки співрозмовника.

З'ясовано, що оцінити успіх або невдачу висловленого вибачення можна шляхом аналізу перлокутивного ефекту, а порушення умов успішності може призвести до комунікативної невдачі, яка проявляється у негативній реакції адресата та перешкоджає кооперативному міжособистісному спілкуванню.

*Ключові слова:* мовленнєвий акт, мовленнєвий жанр, вибачення, мовець / адресант, адресат, малефактивна дія, реакція адресата.

В статье исследованы лингвопрагматические условия речевого жанра *извинения* в современном немецком языке. Цель работы состоит в комплексном анализе изучаемого речевого жанра. Главная задача – выявить и описать условия успешности извинения в германской лингвокультуре.

Для достижения определенной цели и решения задач применены следующие методы исследования: логико-семантический – для выявления формальных, семантических и функциональных параметров извинения; описательный – для характеристики типичных языковых средств реализации извинения; сравнительный анализ – для сравнения извинения с родственными речевыми актами; прагмасемантический метод – для выявления коммуникативных стратегий и тактик реализации извинения; трансакционный – для анализа вербального и невербального поведения участников коммуникации; интент-анализ – для выявления непрямого извинения; метод количественных подсчетов – для осуществления количественных характеристик употребления высказываний извинения в немецком языке; метод анкетирования – для подтверждения этноспецифических признаков извинения в немецкой лингвокультуре.

Сформулированы следующие условия успешности речевого жанра извинения: 1) выполнение условия искренности; 2) знание правил вежливого поведения в соответствующей культурной среде; 3) наличие общих знаний о сложившейся ситуации; 4) соблюдение принципов речевой кооперации; 5) анализ и планирование своего поведения и поведения собеседника.

Выяснено, что оценить успех или неудачу извинения можно путем анализа перлокутивного эффекта, а нарушение условий успешности может привести к коммуникативной неудаче, которая проявляется в негативной реакции адресата и препятствует кооперативному межличностному общению.

*Ключевые слова: речевой акт, речевой жанр, извинение, говорящий / адресант, адресат, малефактивное действие, реакция адресата.*

**В**ибачення як частина комунікативного процесу активно побутує в кожній лінгвокультурі, оскільки служить засобом реалізації важливої соціальної функції, яка забезпечує гармонію міжособистісних стосунків комунікативної інтеракції. Мовним засобам реалізації вибачення присвячено низку наукових праць [Бу ренко, 2009; Blum-Kulka, 1989; House, 2005; Rath mayr, 1996; Trosborg, 1995]. Як мовленнєвий акт (далі МА) вибачення розглядають Т. Буренко, С. Блум-Калка, Дж. Хаус, Г. Каспер, М. Овен, Р. Ратмаєр, Дж. Серль та ін. [Буренко, 2009; Blum-Kulka, House & Kasper, 1989; Owen, 1983; Rathmayr, 1996; Searle, 1969]. Проте досі чимало проблем, пов'язаних з особливостями функціонування вибачення в мовленні, зокрема в контексті німецької лінгвокультури, залишаються невисвітленими.

З точки зору теорії МА ілокутивний, або мовленнєвий, акт є основною одиницею комунікації, а розгляд і опис комунікативного процесу в термінах МА передбачає наявність в аналізі різних умов, які служать основою для визначення та розмежування різних МА. Система умов успішності для МА вперше була розроблена Дж. Остіном, який зосереджував свою увагу на дослідженні перформативів – висловлень, еквівалентних дії, вчинку, які не просто констатують щось, а є конкретною дією [Austin, 1975, с. 80].

Дж. Остін пропонує такі умови, необхідні для успішного функціонування перформативних висловлень у суспільстві: 1) існування загальноприйнятої конвенціональної процедури, яка приводить до певного конвенціонального результату і охоплює висловлення певних слів конкретним особам за певних обставин; 2) конкретні особи й обставини мають бути придатними для виконання процедури (здійснення висловлення); 3) виконання процедури має здійснюватися всіма учасниками і повною мірою; 4) кожен учасник інтеракції повинен насправді мати думки та почуття, притаманні людині, яка здійснює цю процедуру; 5) усі учасники повинні мати щирий намір здійснювати відповідні вчинки; 6) у результаті учасники мають відповідно поводитися [Austin, 1975].

Розвинувши ідеї Остіна, Дж. Серль запропонував свою класифікацію, яка систематизує параметри, необхідні для здійснення ілокутивних актів, і охоплює: а) умову пропозиційного змісту, яка визначає основний семантичний зміст висловлення; б) попередню умову, яка описує контекстуальні обставини реалізації МА; в) умову щирості або психологічний стан, який мовець виражає здійснюючи МА; г) основну умову, що дозволяє вважати конкретне висловлення конвенціональним способом вираження певного МА [Цит. за: Rathmayr, 1996].

Оскільки у пропонованому дослідженні мовленнєвим жанром (далі МЖ) вважаємо сукупність МА зі спільною ілокутивною метою перепросити співрозмовника за негативний учинок, здійснений мовцем, то основу успішності МЖ *вибачення* становлять параметри успішної реалізації МА *вибачення*. Проте вважаємо за доцільне додатково звернути увагу на зовнішні чинники реалізації МЖ, семантику і синтактику мовних засобів вираження досліджуваного МЖ, а також прагматику творення і сприйняття МЖ комунікантами.

Розглядаючи вибачення з точки зору його успішності, вважаємо, що для його реалізації найважливішою є умова щирості, яка безпосередньо пов'язана з такими компонентами, як *малефактивна дія, провина, жаль (каяття), прохання, позитивна реакція адресата*. Здійснивши малефактивну дію, мовець усвідомлює свою провину, відчуває жаль з приводу скоєного ним, та просить у співрозмовника за це вибачення. Для успішності висловленого вибачення необхідною умовою є також позитивна реакція адресата, тобто адресат повинен прийняти вибачення мовця, інакше МЖ буде неуспішним, а комунікативна мета (відновлення гармонії у стосунках) не досягнута.

Отже умова щирості МЖ *вибачення* може охоплювати такі складові: 1) мовець насправді вважає, що він здійснив або збирається здійснити малефактивну дію у відношенні до свого співрозмовника; 2) адресант дійсно визнає свою провину; 3) мовець відчуває

психологічний дискомфорт та щиро шкодує з приводу заподіяної шкоди; 4) адресант просить у слухача вибачення за свою неправильну поведінку; 5) адресат приймає вибачення мовця і пробачає йому провину.

Розглянемо наступний приклад з роману, у якому Кріс перепрошує нову однокласницю, для якої вона не підготувала подарунок, адже ще не знала про її існування. Адресант визнає, що своїм учинком могла образити співрозмовника, і відчуває через це психологічне невдоволення. Трікс правильно розуміє інтенцію мовця, тому не ображається на нього і усміхається у відповідь:

(1) *Nach dem Essen verteilte Chris Geschenke. Sie hatte sich im Krankenhaus gelangweilt und bastelte gern. Deshalb gab es für jede ihrer Mitschülerinnen eine Kleinigkeit. [...] Alle freuten sich. Natürlich ging Trix als Neue leer aus.*

„**Tut mir leid**“, sagte Chris nachher. „**Ich wußte nicht mal, dass es dich gibt.**“

*Trix lachte. Natürlich war sie nicht beleidigt gewesen. Aber sie fand die Art nett, in der Chris zu jedem freundlich war* [Blyton, 1997, p. 152].

У прикладі (2) до комунікативної невдачі призвела порушена умова щирості (мовець насправді не визнає своєї провини), що підтверджує відсутність реакції адресата вибачення на висловлення мовця.

(2) *Glatschke: ...Aber wozu darüber reden, verzeihen Sie. Das alles wird Ihnen ja bekannt sein. d'Artez: (antwortet nicht auf diesen billigen Verhörstrick...)* [Nossack, 1968, p. 70]

Аналізуючи адресатну сторону МЖ вибачення, ми з'ясували, що, крім загальнокомунікативної мети адресата дати відповідь, відреагувати на вибачення, він може реалізувати ще й інші інтенції. Оскільки для МЖ вибачення – важливий оцінний компонент, то розрізняємо три типи реакції на досліджуваний МЖ: позитивну, негативну, нейтральну.

До позитивної реакції на вибачення належить прийняття адресатом вибачення, применшення провини адресанта і трансформація оцінки. Приймаючи вибачення адресат іде назустріч мовцеві і показує, що негативний епізод, причиною виникнення якого є адресант, залагоджено. Зібраний практичний матеріал дає змогу виділити такі можливі варіанти позитивної реакції на вибачення: *ja, (schon) okay, bitte, (ist) schon gut, (ist schon) in Ordnung.*

(3) *“Sei um Viertel nach elf hier in meinem Zimmer, ich bringe dich in die Stadt.”*

„**Quatsch**“, rief Hanni und entschuldigte sich, denn zu Fräulein Theobald durfte man nicht einfach „**Quatsch**“ sagen wie zu anderen Leuten. „**Ich meine, das ist nicht nötig. Ich radle runter. Schließlich tut mir der Zahn weh und nicht der Po.**“

*Fräulein Theobald lachte.*

„**In Ordnung.** Aber ich möchte nicht, dass du allein gehst. Nanni soll mitfahren oder eine andere“ [Blyton, 1997, p. 178–179].

У наведеному прикладі учениця перепрошує директора школи за те, що неетично висловилася. Ганні болить зуб, а для того, щоб піти у місто до стоматолога, їй потрібен дозвіл директора школи-інтернату. Директор пропонує відвезти її до лікаря, але дівчина назвала пропозицію вчителя нісенітницею. Розуміючи, що не мала права розмовляти так з п. Теобальд, школярка просить вибачення, обравши аргументативну стратегію і комунікативні тактики *пояснення та повідомлення*. Адресат правильно розуміє інтенцію мовця, про що свідчить усмішка у відповідь та репліка «*In Ordnung*».

Аналіз емпіричного матеріалу допоміг виявити часте вживання модальної частки *schon* у відповіді адресата на вибачення (*schon okay, (ist) schon gut, (ist schon) in Ordnung, (ist) schon vergessen*). Згадана частка серед інших функцій виконує також функцію заспокоєння та поступки. Адресат вибачення висловлює готовність забути про малефективний учинок, здійснений адресантом, та поводитися надалі так, ніби нічого не трапилося.

Наступним видом позитивної реакції на вибачення є применшення адресатом провини співрозмовника. Постраждалий запевняє, що він не оцінює негативно дію, яку вчинив і за яку відчуває провину адресант. У такий спосіб адресат мінімілізує або зовсім заперечує негативний бік поведінки співрозмовника.

Аналіз емпіричного матеріалу проведеного дослідження дав змогу виділити такі можливі форми реалізації применшення адресатом провини співрозмовника: *vergessen wir es, (ist) schon vergessen, keine Ursache, kein Problem, (das) ist nicht so schlimm, lass nur, nichts passiert, macht (gar) nichts, das kann passieren, du brauchst dich nicht entschuldigen.*

До позитивної реакції на вибачення зараховуємо також зміну адресатом оцінки дії, яку вчинив мовець, на позитивну. За допомогою такої позитивної реакції на вибачення адресат цілковито звільняє співрозмовника від його провини. Він може навіть похвалити адресанта за здійснення вчинку, який адресант вважає негативним. Таким чином, негативна дія перетворюється на позитивну.

Розглянемо приклад, у якому адресант перепрошує співрозмовника за те, що міг принизити його своїм висловленням. Мовець не хоче створити конфліктну ситуацію, тому реалізує вибачення і пояснює слухачеві, що не хоче образити його, а лише залишатися собою (висловити власну думку). Незважаючи на малефективну дію, адресат налаштований також на кооперативне спілкування, повідомляє співрозмовнику, що не ображається на нього (*Prima, Percy, ich fühle mich durch dich kein bisschen geschmälert*) і хвалить за його позицію (*Du enthältst für mich null Vorschrift, im Gegenteil: Du bist die größte Lizenz, der ich je begegnet bin. Du bist ein Freiraumschaffer ersten Ranges*). Репліка адресата у відповідь на вибачення надає малефективній дії цілковито нового значення:

(4) *Percy: Es tut mir leid, Fred, wenn du in dem, was ich da sage, etwas deine Vorbereitung, eure Recherchen Schmälerndes entdeckst. Das will ich überhaupt nicht. Ich will nur sein, wie ich möglicherweise bin. Beziehungsweise: jetzt gerade bin.*

*Fred: Prima, Percy, ich fühle mich durch dich kein bisschen geschmälert. Du enthältst für mich null Vorschrift, im Gegenteil: Du bist die größte Lizenz, der ich je begegnet bin. Du bist ein Freiraumschaffer ersten Ranges* [Remarque, 2000, p. 102].

Позитивну реакцію на вибачення адресат може реалізувати також за допомогою невербальних засобів. Зібрана база прикладів пропонованого дослідження дала змогу виявити такі невербальні засоби, які адресат вибачення використовує як позитивну реакцію: усмішка, погладження, обійми, погляд.

Через різні прагматичні умови та причини, вибачення може отримати також негативну реакцію з боку адресата. Такий МЖ *вибачення* вважаємо неуспішним, адже адресант не досяг комунікативної мети. Адресат вибачення може реалізувати негативну реакцію на висловлення як вербально, так і невербально. Словесно адресат вибачення може відмовити у наданні пробачення, висловити недовіру у щирості мовця, продовжувати звинувачувати його у здійсненні малефективного вчинку, покарати.

Відмовою пробачити співрозмовника за його негативний учинок адресат вибачення показує, що одного вибачення недостатньо, для того щоб відновити соціальний баланс або заглядати провини. Відмова свідчить також про те, що адресат вибачення не налаштований на кооперативне спілкування.

У наведеному нижче прикладі Отилія не хоче пробачити Юссуфа. Адресант повідомляє співрозмовнику, що затримався, висловлюючи таким чином почуття провини за це. Проте адресат не має наміру пробачити його:

(5) *Jussuf: Es hat etwas lange gedauert.*

*Ottilie (fauchend): Ich entschuldige nichts* [Conrad, 2014, p. 35].

Як показує аналіз практичного матеріалу, негативна реакція на вибачення лише підтверджує комунікативну невдачу, а призводить до неї неправильна комунікативна побудова висловлення. За результатами дослідження бази прикладів, неуспішне вибачення реалізовано не за допомогою прямих форм вираження вибачення, а з використанням таких комунікативних тактик, як, наприклад, повідомлення, пояснення, обіцянка, які не дають адресантові змоги прямо експлікувати провини за власну малефективну дію чи висловити відповідальність за її можливі негативні наслідки, а просто служать засобом дистанціювання мовця від провини.

Адресат вибачення може негативно відреагувати також за допомогою невербальних засобів, зокрема мовчазного ігнорування.

Третій тип реакції на вибачення називаємо нейтральною, під якою розуміємо відсутність прямої відповіді на висловлене вибачення. Зібраний практичний матеріал показує, що адресат вибачення може нейтрально відреагувати на висловлене вибачення наприклад, змінивши тему розмови.

(6) *Oliver: Entschuldige, dass ich hier so reinplatze, aber... ich wollt mich bei dir bedanken... für die Übersetzungen. Die sind toll! Hätte echt nicht gedacht, dass du...*

*Micha (dazwischen): Interessante Dinge, die man von dir hört* [Timm, 2011, p. 80].

На вибачення адресанта (Олівера) за несподівану появу адресат (Міха) реагує нейтрально, таким чином не надаючи значення негативному вчинку адресанта. Зміна теми розмови, до якої вдався адресат вибачення, продовжує спілкування, тому таке вибачення вважаємо успішним.

Кожній комунікативній ситуації властиві певні очікування. Так, ображена людина очікує від мовця певної поведінки: висловлення вибачення, визнання своєї провини, висловлення жалю з приводу скоєного або відшкодування заподіяної шкоди. Якщо ж мовець відмовляється визнати себе винним і нести відповідальність за власний учинок, то, за визначенням Тросборг, він обирає «стратегію невибачення». Автор виокремлює декілька основних стратегій «невибачення»: 1) експліцитне заперечення відповідальності; 2) імпліцитне заперечення відповідальності; 3) спроба виправдати некомунікативну поведінку; 4) звинувачення третьої особи; 5) звинувачення адресата [Trosborg, 1987, p. 149].

Таким чином, МЖ вибачення не має одного сталого сценарію, адже людина, яка здійснила малефективну дію, може відмовитися за певних причин просити вибачення або ж, висловлюючи вибачення, заперечувати свою провину. Така комунікативна поведінка вступає у конфлікт з очікуваннями адресата вибачення і призводить до комунікативної девіації, невдачі у спілкуванні через недостатню комунікативну компетенцію адресанта, наприклад, недотримання правил, максим, постулатів комунікації [Бацевич, 2007, с. 41].

(7) „Klara! **Ich habe nichts getan, aber verzeih mir!**“ an Frau Beckmanns Bett nieder.

„Du Ferkel!“ schreit sie. „Du Doppelferkel! Mein Kimono!“ [Neuhaus, 2009, p. 414–415].

У наведеному прикладі мовець заперечує свою провину (*Ich habe nichts getan*), що призводить до загострення конфлікту, а отже, до комунікативної невдачі. Про це свідчить крик слухача у відповідь.

Спілкування реалізується не лише за допомогою мовних засобів, але й за допомогою загальних знань, які не належать до правил комунікації. Сюди належать імплікації, пов'язані із соціально-культурними нормами, які характеризуються великою кількістю можливих варіантів і які притаманні як окремим колективам, так і соціальним групам [Телеки, 2007].

Для того, щоб мета і завдання комунікативної взаємодії були успішно виконані, щоб спілкування не перервалося і не виникло непередбачених конфліктних ситуацій, співрозмовники мають дотримуватися правил комунікативної кооперації [Lange, 1984]. Висловлюючи вибачення, мовець має на меті відновити рівновагу у стосунках зі співрозмовником, а отже, прагне до кооперації у спілкуванні.

При реалізації МЖ вибачення мовець аналізує ситуацію, винуватцем якої він став, і враховує основні параметри спілкування. Вибачення можна висловити автоматично або ж заздалегідь продумати. Аналіз та обміркування ситуації сприяє комунікативному успіху МЖ.

Як бачимо, успішність висловленого вибачення безпосередньо залежить від знання адресантом особливостей мовленнєвої поведінки у конкретному лінгвокультурному середовищі. Оскільки поведінка людей різних культур характеризується відмінностями, вважаємо за доцільне дослідити етноспецифічні ознаки вибачення у німецькій лінгвокультурі.

Німецький науковець С. Шроль-Махл у дослідженні характерних ознак німецької нації зазначає, що поведінка та дії німців перебувають під безпосереднім впливом культурних стандартів. За автором, до системи цінностей Німеччини належать такі культурні стандарти: чітке орієнтування (Sachorientierung), повага та дотримання правил (Wertschätzung von Strukturen und Regeln), згідно з правилами засвоєне почуття відповідальності (regulatorisiertes, verinnerlichtes Verantwortungsbewusstsein), планування часу (Zeitplanung), розмежування особистої та інших сфер життя (Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen), безпосередність у спілкуванні (Direktheit in der Kommunikation), індивідуалізм (Individualismus) [Schroll-Machl, 2013, p. 3–7].

Для того, щоб з'ясувати етноспецифічні характеристики вибачення у німецькій лінгвокультурі, ми провели соціолінгвістичне опитування. У ньому взяли участь 200 респондентів різного віку (від 20 до 64 років). Для об'єктивності експерименту, головним критерієм відбору учасників опитування було те, що німецька мова є їхньою рідною мо-

вою. Анкета опитування складається із запитань закритого (подано варіанти відповідей) і відкритого типу (респондент самостійно дає відповідь на запитання).

На запитання «У якій з наведених ситуацій ви попросили б вибачення у співрозмовника?» ми отримали такі відповіді:

а) якщо ваша поведінка не відповідає нормам поведінки у конкретному суспільстві (34%);

б) якщо вам необхідно перервати його розмову з іншою людиною, щоб запитати про що-небудь (14%);

в) якщо ви ненавмисно образили його (11%);

г) якщо ви ненавмисно завдали йому фізичної або матеріальної шкоди (11%);

ґ) якщо ви навмисно образили його (9%);

д) якщо ви навмисно завдали йому фізичної або матеріальної шкоди (9%);

е) якщо людина, яку ви образили, висловлює вам своє незадоволення стосовно вашої поведінки (8%);

є) якщо ви побоюєтеся покарання / осуду / критики за вашу неправильну поведінку (4%);

Дані, отримані в результаті оцінювання цього завдання, показують, що представники німецької лінгвокультури надають великого значення правилам поведінки у конкретному суспільстві, порушення яких вимагає реалізації вибачення (34%). 14% респондентів перепрошують адресата за те, що перервали його розмову з іншою людиною. Ненавмисне нанесення шкоди адресату 11% опитаних вважають важливою причиною для висловлення вибачення. За навмисну малефективну дію готові перепросити 9% учасників опитування. 8% респондентів реалізують вибачення у відповідь на висловлене ображеною стороною незадоволення стосовно поведінки адресанта. Лише 4% опитаних побоюються покарання чи критики за власний неправильний учинок.

Наступне запитання має на меті з'ясувати модель адресата вибачення та в яких відносинах перебувають інтерактанти. Серед варіантів відповіді на запитання «Адресатом вашого вибачення, зазвичай, є...» були: будь-яка особа, яку адресант образив (40%); родичі, старші за віком (6%); донька / син (5%); батьки (3%); сестра (2%); брат (2%); родичі, молодші за віком (4%); незнайомі особи (6%); знайомі особи (3%); колеги по роботі (рівні за статусом (5%), статусно нижчі (4%), статусно вищі (6%); особа одного віку (4%) / старша за віком (7%) / молодша за віком (2%); людина, яка може бути корисна адресантові (1%). Як бачимо, найбільшу групу становлять респонденти, для яких вік, стать, статус, спорідненість з адресатом не відіграють важливої ролі. Вони висловлюють вибачення перед особою, яку образили.

У відповіді на наступне запитання учасники опитування мали вказати на мету, яку вони переслідують, реалізуючи вибачення («Коли ви когось перепрошуєте, ви хочете...»). Респонденти відповіли: висловити жаль з приводу здійсненого негативного вчинку (27%); показати співрозмовнику знання правил ввічливої поведінки (25%); зберегти / відновити хороші відносини з адресатом (18%); показати співрозмовнику усвідомлення відповідальності за негативні наслідки власної дії (16%); спонукати співрозмовника до певних дій (11%); уникнути критики / покарання (3%).

Аналіз відповідей на запитання «Ви просите вибачення, здебільшого, заради...» показав, що представники німецької лінгвокультури просять вибачення здебільшого заради власних інтересів та інтересів людини, яку образили (52%); суспільних правил і норм поведінки (47%); взаєморозуміння (1%).

Щодо ставлення до адресата вибачення, то більшість респондентів відповіли, що ставляться до нього позитивно (56%) або нейтрально (44%). Негативного ставлення до адресата вибачення за результатами опитування не виявлено.

На запитання «Якої реакції від адресата ви очікуєте на своє вибачення?» респонденти висловили сподівання, що адресат прийме вибачення (74%); не очікують ніякої реакції (19%); адресат повинен прийняти вибачення (4%). 3% опитаних побоюються, що адресат не пробачить завданої образи. Ніхто з учасників опитування не вважає реакцію адресата неважливою, що свідчить про серйозний характер вибачення.

Наступне питання має на меті з'ясувати мотиви, які спонукають адресанта до реалізації вибачення. Учасники експерименту вважають, що особа, яка висловлює вибачення, перша починає розмову (69%), реагує на слова адресата (29%), реагує на слова третьої особи (2%).

За результатами опитування, представники німецької лінгвокультури здебільшого просять вибачення щиро (36%); чітко / однозначно (30%); ввічливо (14%); серйозно (11%); просячи (9%).

На запитання «*Де, на вашу думку, висловлюють вибачення?*» учасники опитування дали майже однозначну відповідь: всюди можливо (98%). Іншими варіантами відповіді були: у сімейному колі; у родинному колі; у колі друзів; на роботі; у навчальному закладі; у транспорті; у магазині; у готелі.

За результатами проведеного опитування вибачення у німецькій лінгвокультурі можна охарактеризувати як чітке висловлення особи, яка здійснила або має намір здійснити негативний учинок стосовно адресата; як дотримання правил та норм поведінки людини у суспільстві. Статусна роль адресата вибачення у німецькомовній культурі не відіграє важливої ролі, адже адресатом вибачення може виступати будь-яка особа, якій адресант завдав шкоди та до якої він ставиться позитивно або нейтрально. Згідно з результатами опитування, мовець, реалізуючи вибачення, прагне висловити жаль з приводу здійсненого негативного вчинку та засвідчити співрозмовнику знання правил етикету. У центрі вибачення перебувають інтереси адресанта й адресата, а також суспільні правила і норми поведінки. У відповідь на вибачення адресант здебільшого очікує пробачення з боку адресата. Почавши першим розмову, мовець, зумовлений предметною орієнтованістю та прагнучи уникнути непорозумінь зі співрозмовником, висловлює вибачення щиро і чітко.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що успішна комунікативна взаємодія партнерів у ситуації вибачення залежить від виконання таких умов: 1) дотримання умов щирості; 2) знання правил ввічливої поведінки у відповідному культурному середовищі; 3) наявність загальних знань про ситуацію, що склалася; 4) дотримання принципів мовленнєвої кооперації; 5) аналіз та планування своєї поведінки та поведінки співрозмовника. Порушення умов успішності може призвести до комунікативних девіацій, які проявляються у негативному перлокутивному ефекті МА та перешкоджають кооперативному міжособистісному спілкуванню.

### Список використаної літератури

- Бацевич, Ф.С. (2007). *Словник термінів міжкультурної комунікації*. Київ: Довіра.
- Буренко, Т.М. (2009). Конфігурація мовленнєвих актів вибачення в англomовному дискурсі (діахронічний аналіз). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*, 848, 97–102.
- Телеки, М.М., Шинкарук, В.Д. (2007). *Соціальні категорії модусу в текстах епістолярного жанру*. Київ; Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили.
- Austin, J.L. (1975). *Wort und Bedeutung*. München: List Verlag.
- Blum-Kulka, S. (1989). The CCSARP Coding Manual: The role of conventionality in indirectness. In S. Blum-Kulka, J. House, & G. Kasper (Eds.), *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies* (pp. 273–294). Norwood: Ablex.
- Blum-Kulka, S., House, J., Kasper, G. (1989). *Cross-cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Blyton, E. (1997). *Hanni und Nanni sind immer dagegen*. München: F. Schneider.
- Conrad, S. (2014). *Die Tortenkönigin*. Langenfeld: Universo.
- House, J. (2005). Politeness in Germany: Politeness in Germany? In L. Hickey, L. Stewart, M. Stewart (Eds.), *Politeness in Europe* (pp. 13–28). Clevedon: Multilingual Matters.
- Lange, W. (1984). *Aspekte der Höflichkeit. Überlegungen am Beispiel der Entschuldigungen im Deutschen*. Frankfurt, Bern, New York: Peter Lang.
- Neuhaus, N. (2009). *Unter Haien*. Münster, Berlin: Prospero Verlag.
- Nossack, H.E. (1968). *Der Fall d'Arthez*. Berlin: Suhrkamp.
- Owen, M. (1983). *Apologies and remedial exchanges. A study of language use in social interaction*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Rathmayr, R. (1996). *Pragmatik der Entschuldigungen. Vergleichende Untersuchungen am Beispiel der russischen Sprache und Kultur*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag.

- Remarque, E.M. (2000). *Drei Kameraden*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Schroll-Machl, S. (2013). *Die Deutschen – Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH.
- Searle, J.R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Timm, U. (2011). *Freitisch*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Trosborg, A. (1995). *Interlanguage Pragmatics: Requests, Complaints and Apologies*. Berlin: Mouton de Gruyter.