

## **Психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури**

**Н. М. Гончарук. Психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури.** Стаття присвячена психологічному дослідженню комунікативного акту та його логічно-змістової структури. Автором описано психологічну сутність поняття, змістову та процесуальну (цілемотиваційну) структуру комунікативного акту. Змістовий аналіз дає можливість виділити структурні одиниці, які характеризують сукупність елементів, зв'язків і тенденцій, що складають комунікативний акт. Процесуальний аспект аналізу передбачає розгляд комунікативного акту як завершенної комунікативної дії й вивчає послідовні її етапи – від появи мотивації до досягнення результату. Структурно-логічна структура комунікативного акту включає мотиваційний, орієнтувальний, змістовий, результативно-оцінювальний компоненти.

**Ключові слова:** комунікативний акт, комунікативні потреби, мотиви комунікативної діяльності, комунікативна ситуація, соціальна перцепція, засоби передачі повідомлення, канал зв'язку.

**Н. М. Гончарук. Психологический анализ коммуникативного акта и его логико-содержательной структуры.** Статья посвящена психологическому исследованию коммуникативного акта и его логико-содержательной структуры. Автором описана психологическая сущность понятия, содержательная и процессуальная (целемотивационная) структура коммуникативного акта. Содержательный анализ дает возможность выделить структурные единицы, характеризующие совокупность элементов, связей и тенденций, составляющих коммуникативный акт. Процессуальный аспект анализа предполагает рассмотрение коммуникативного акта как завершенного коммуникативного действия и изучает последовательные его этапы – от появления мотивации к достижению результата. Структурно-логическая структура коммуникативного акта включает мотивационный, ориентировочный, содержательный, результативно-оценочный компоненты.

**Ключевые слова:** коммуникативный акт, коммуникативные потребности, мотивы коммуникативной деятельности, коммуникативная ситуация, социальная перцепция, средства передачи сообщения, канал связи.

**Постановка проблеми.** У нашому суспільстві комунікація відіграє роль інформаційного ресурсу для забезпечення активної взаємодії у всіх сферах діяльності. Сучасний стиль життя вимагає управління потоками інформації, які надходять з різних

джерел, ініціювання певних дій, формування та регулювання взаємних зв'язків, управління масовою аудиторією, вплив на волю, розум та почуття партнерів. Сьогодні комунікація є базовою основою взаємодії між людьми, що визначає необхідність оволодіння системою комунікативних знань, умінь та навичок.

**Аналіз досліджень і публікацій.** У психології комунікацію розглядають з різних точок зору. Її описують як обмін інформацією між людьми [20, с.84], шлях повідомлення інформації [22, с.487], міжрівневу передачу інформації [21, с.31], процес передачі повідомлення, під час якого досягається однозначне сприймання комунікаційного змісту суб'єктами, які його посилають, і тими, які отримують [26], передачу інформації, думок, почуттів, волевиявлень людини у ході спілкування [27], акт відправлення інформації від мозку однієї людини до мозку іншої [25], механізм, який забезпечує існування та розвиток людських стосунків, охоплюючи всі розумові символи, засоби їх передачі у просторі та часі [9], процес обміну інформацією за допомогою загальної системи символів та мовних знаків [16], психологічний вплив однієї людини на іншу з метою зміни її поведінки [20, с.84], процес перетворення повідомлення [15, с. 23].

Як бачимо, усі визначення описують процес передачі інформації (вербальної, невербальної, емоційної, пізнавальної) за допомогою певної знакової системи (мови, мовлення, міміки, жестів). Цей процес може бути взаємним (обмін інформацією) або одновекторним (вплив, акт відправлення, передача інформації).

Аналізуючи особливості різних видів взаємодії, Г. Лассвелл стверджує, що комунікація, на відміну від спілкування, є одновекторним впливом, спрямованим на отримання певного ефекту. Він забезпечується знанням аудиторії, на яку цей вплив спрямований [10]. Подібної позиції дотримуються інші дослідники. Зокрема, М. Олешков підкреслює, що в комунікації ми маємо справу з односпрямованим процесом, який скеровує інформацію лише в один бік. Він робить висновок про певні закономірності комунікації, а саме: а) наявність різних рівнів активності суб'єктів у процесі комунікації, що свідчить про асиметричність комунікативного процесу (у той час як під час спілкування партнери однаково активні); б) зменшення кількості інформації під час руху від відправника до одержувача [16]. Ці закономірності демонструють, що в комунікативному процесі важлива не лише передача інформації, а й донесення її до відома співрозмовника.

О. Семенюк зазначає, що комунікативний процес як найбільш загальне поняття теорії мовної комунікації актуалізується

у вигляді *комунікативного акту* [23, с.23]. За Б. Ломовим процес комунікативної діяльності будується як «система сполучених актів» [13]. Кожний такий акт – це взаємодія двох суб'єктів, двох, наділених здатністю до ініціативного спілкування, людей [13; 16]. Як бачимо, дослідники вважають комунікативний акт найменшою складовою комунікації, яка у неподільному вигляді представляє всі характеристики цілісної структури, й описують його як одиницю комунікативного процесу.

**Мета статті** полягає у здійсненні теоретичного дослідження сутності комунікативного акту та визначенні його структурних компонентів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині у психологічних дослідженнях *комунікативний акт* розглядається як інтеракція, процес спілкування, який відбувається у певному місці на пересіченні осей простору і часу між адресантом і адресатом як носіями неповторних психосоціокогнітивних рис (Ф. Бацевич, Г. Горох, В. Карпалюк) [2; 4].

На думку О. Семенюка, комунікативний акт – це концептуально та структурно організований у межах вербального контакту обмін комунікативною діяльністю, в якій предметно-знаковим носієм є дискурс, що опирається на певну ситуацію [23, с.23].

У теорії лінгвістики комунікативний акт визначається як акт взаємодії відправника й одержувача повідомлення, в основу якого покладена певна інформація. Повідомлення в прагмалінгвістиці розглядається як комплекс трьох етапів: локуції (зверненого мовлення), іллокуції (мети впливу) та перлокуції (досягнення ефекту) (Дж. Л. Остін) [3; 19].

Є. Ключев комунікативним актом називає акт мовленнєвої взаємодії між носіями мови, в межах якої вони розв'язують комунікативні завдання: спілкуються, обмінюються інформацією [23].

Отже, комунікативний акт є інтеракцією між адресантом і адресатом, спрямованою на реалізацію комунікативних завдань та представленою у вигляді цілеспрямованої завершеної дії. Комунікативний акт реалізується у ході комунікативного процесу та є його складовою.

Структурний аналіз, виконаний під час теоретичного дослідження, дозволяє констатувати, що комунікативний акт забезпечують кілька компонентів: 1) адресант – комунікатор; 2) адресат – людина, котрій спрямована інформація; 3) зміст повідомлення; 4) засоби передачі повідомлення (лист, усне мовлен-

ня, жести); 5) канал зв'язку (безпосереднє спілкування, поштове повідомлення, книги, невербальна комунікація); 6) результат взаємодії [24]. А. Занковський додає до цих складових ще дві: код – форму, в якій виражене повідомлення, та мету – бажаний результат комунікації [7].

Г. Лассвелл у структурі комунікативного акту виокремлює суб'єкт, зміст, засоби, аудиторію, результат [10]. Окрім вищезазваних компонентів, дослідник виділяє компонент «аудиторію» – соціальну спільноту, на яку спрямований комунікативний вплив (в інших класифікаціях використовують термін «адресат» – людина (люди), котрим спрямована інформація).

О.А. Семенюк, аналізуючи мовленнєвий аспект комунікативної дії, в акті комунікації виділяє макро- та мікрокомпоненти. До макрокомпонентів відносить дискурс, який є впорядкованим повідомленням, та ситуацію, представлену збігом життєвих обставин, визначених особливостями комунікативної діяльності людини. Мікрокомпоненти – це конситуація, мовлення, контекст, пресупозиція. Конситуація описується умовами спілкування та його учасниками. Контекст – смислами, які відображаються у певному дискурсі. Пресупозиція є фондом знань, досвіду, попередніх відомостей про явище, подію, стан речей, якими володіють комуніканти. Мовлення виступає процесом продукування дискурсу [23].

Отже, як свідчить опрацювання наукових джерел, у літературі представлені різні змістові аспекти комунікативного акту. Лінгвістичні дослідження виокремлюють дискурс, ситуацію, конситуацію, мовлення, контекст, пресупозицію як окремі складові комунікативного акту. Структурно-психологічний аналіз дає можливість виділити адресанта і адресата (аудиторію), зміст, засоби передачі повідомлення (код як систему засобів), канал зв'язку, результат (мету) взаємодії. Урахування цих компонентів забезпечує ефективність комунікативного акту як цілісної структурної одиниці комунікації.

Водночас, важливим є розгляд не лише змістового, а й *структурно-логічного* (процесуального, цілемотиваційного) аспекту комунікативного акту. Такий аналіз дозволяє виокремити компоненти у причинно-наслідковій площині: від появи мотивації до досягнення результату комунікативного впливу, тобто проаналізувати процес комунікативної діяльності.

Сьогодні постає питання про функціонування комунікативної діяльності як окремої психологічної категорії, та, відповідно, доцільність виділення складових комунікативного акту як

одиниці цієї діяльності. У психологічній літературі триває дискусія з приводу того, чи можна вважати комунікацію окремим видом діяльності, чи просто засобом її забезпечення [12, с.27].

Однак, розгляд комунікації лише як засобу взаємодії не сприяє чіткому аналізу цілемотиваційної основи комунікативного акту. З нашої точки зору, комунікація може бути і засобом діяльності, й окремою завершеною дією. Як засіб діяльності вона виступає у ситуаціях, які стосуються забезпечення інших видів діяльності: навчальної, комерційної, підприємницької, сфери обслуговування тощо. Водночас, комунікація може виступати й завершеною комунікативною дією. Особливо важливо враховувати це положення у роботі практичного психолога при побудові корекційної роботи з розвитку навичок спілкування. Саме тут комунікація постає як окремий завершений вид діяльності, який має самостійну мету – формування комунікативних навичок.

Отже, структурно-логічний (процесуальний) аспект аналізу передбачає аналіз комунікативного акту як завершеної комунікативної дії й вивчає послідовні її етапи – від появи мотивації до досягнення результату.

Розглядаючи процесуальний аспект, В. Кан-Калик виділяє чотири етапи етапи комунікативного акту: прогностичний (планування й прогнозування змісту); початковий (встановлення емоційного і ділового контакту); керування спілкуванням (цілеспрямована організація взаємодії); аналіз комунікації (співвіднесення мети, засобів, результатів взаємодії) [8].

Дослідники Н. В. Дикань, І. І. Борисенко розрізняють такі етапи комунікативного процесу: зародження ідеї, кодування, вибір каналу, передача, декодування [5].

Аналіз наукових досліджень, проведених у межах вивчення комунікації та комунікативного акту, дозволяє з'ясувати, що, згідно з загальнопсихологічною структурою діяльності, прийнятою у психології, структурно-логічна структура комунікативного акту включає такі компоненти: мотиваційний, орієнтувальний, змістовий, результативно-оцінювальний [12].

До *мотиваційного компонента* відносяться спрямованість особистості, комунікативні потреби, цільові установки, мотиви комунікативної діяльності, ініціювання діалогу (монологу, полілогу), ціннісні орієнтації.

*Комунікативна спрямованість особистості*, як мотиваційна передумова спілкування, передбачає стійке домінування комунікативної потреби. Якщо у людини серед усіх інших потреб (на себе, на діяльність) переважає спрямованість на спілкуван-

ня, це є позитивним мотивостимулюючим чинником успішної психокорекційної роботи. Людина, яка прагне підгримувати добрі стосунки з оточуючими та орієнтується на спільну діяльність, своєю енергетикою, темпом зможе досягнути більшого, ніж та, яка чинить опір соціальним впливам.

Важливим мотивоутворюючим фактором є сформованість *комунікативних потреб*. Потреби спонукають вступати у контакти з іншими людьми. Г. Маррей соціальні потреби називає базовими для розвитку людини. До них він відносить бажання спілкуватися, відчувати належність до колективу, потребу у дружбі, любові, визнанні, повазі, прагнення підтримки [11]. Всі вони пов'язані з поняттям соціального статусу, який забезпечує основу найвищого рівня мотиваційної ієрархії – потреби в самоактуалізації (за А. Маслоу).

Серед усіх інших соціальних потреб А. Р. Лурія виділяє потребу у говорінні. Він вважає її початковим моментом формування комунікації. Це демонструється в описаному ним триступеневому механізмі зародження комунікативного акту: 1) комунікативний мотив (потреба); 2) думка як внутрішнє мовлення»; 3) зовнішнє мовлення [14]. На думку дослідника, потреба активізує процес запуску комунікативної програми та переводить її в активний стан, ініціюючи таким чином спілкування.

Під час проведення психокорекційної роботи з формування навичок комунікації на мотивостимулюючі чинники (потреби, мотиви комунікативної діяльності) слід звертати особливу увагу. Саме мотивація та її рушійні сили визначають темпи соціально-психологічного навчання: чим більшою буде спрямованість на спілкування, тим кращими виявляться результати психокорекційної роботи. А.-Фарадж, який підкреслював роль мотивостимулюючих чинників у подоланні людських проблем, говорив: «Дивись, нас є троє: я, ти і твоя хвороба. Тому, якщо ти на моєму боці, нам двом буде легше перемогти її, але якщо ти перейдеш на її бік, я один буду не в змозі здолати вас обох». Це свідчить про визначальну роль мотивації у забезпеченні комунікативного акту [1].

Не менш важливою, ніж мотиваційна, є *орієнтувальна складова комунікативної дії*. Вона передбачає розгляд комунікативної ситуації, перцептивний аналіз особливостей співрозмовника, планування взаємодії та підготовку програми дій.

Для планування взаємодії та підготовки програми необхідним є урахування *характеру комунікативної ситуації*. Під час її дослідження важливо зробити висновок про мету спілкування, його стратегію і тактику, характер ставлення (доброзичливе, кон-

фліктне, вороже), тип впливу на співрозмовника (інформування, моралізування, підтримку, глузування, образу, виправдання, критику, звинувачення), комунікативну поведінку, дотримання культури мовлення, використання невербальних засобів комунікації. У цьому контексті доцільним є аналіз комунікативних позицій учасників взаємодії: у кого вони сильніші, як змінюються під час спілкування, хто більш наполегливо досягає поставлених цілей, хто утримує ініціативу.

У руслі соціальної психології проведені дослідження свідчать, що для кращого планування комунікативного акту важливим є *перцептивний аналіз особливостей співрозмовника*, виконаний у рамках соціальної перцепції. Він передбачає характеристику зовнішнього вигляду, виокремлення психологічних рис особистості, створення уявлень про стан співрозмовника, його емоційність, соціальний статус, внутрішні принципи та мотиви поведінки. Соціальна перцепція забезпечує більш ефективне сприймання, пізнання й розуміння інших людей (Г.М. Андреева, О.О. Бодальов, Т.П. Гаврилова, Т.О. Лабунська, І.М.Омельченко) [17].

На основі аналізу комунікативної ситуації та особливостей співрозмовника здійснюється *планування комунікативного процесу*. Планування уможливорює прийняття рішення щодо виявлення комплексу завдань, ефективних методів, способів, ресурсів, необхідних для досягнення комунікативної мети.

Отже, орієнтувальний етап є важливим підготовчим етапом, який дозволяє правильно намітити програму комунікативних дій, й, таким чином, сформувати готовність до виконання комунікативних завдань.

Якщо попередні стадії були підготовчими, базовими, то змістовий етап виступає основним – відповідає за реалізацію комунікативних дій. *Змістовий компонент* комунікації – це розуміння зверненого мовлення, логіка власних висловлювань, комунікативна дискусія, обмін думками, інформацією, раціональний вплив на співрозмовника. Фундаментальними його складовими є принципи, методи, форми та засоби комунікації.

Аналізуючи базові методологічні вимоги до реалізації комунікативного акту, Б. Г. Веденко виділяє такі його *принципи*: знання мети, наявність цілеспрямованої, вірогідної, своєчасної, достатньої, доступної інформації, мотивація співрозмовника, вибір оптимальних умов і форм комунікації, налагоджений зворотний зв'язок, результативність [6]. Р. Фалмер описує п'ять принци-

пів, які удосконалюють якість комунікації: ясність, повнота, стислість, конкретність та коректність [28].

Комунікативна дія у ході реалізації змістового компонента комунікативного акту здійснюється у різних *формах*: усно та письмово, вербально та невербально, візуально та аудіально, у формі діалогу, монологу, полілогу. Відповідно до цього відбувається поділ *засобів комунікації*. Вони класифікуються на вербальні (усне мовлення, письмо, книги, періодичні друковані видання), невербальні (міміку, пантоміміку, жести, інтонацію, дистанцію), візуальні (мас-медіа, рекламу, електронні носії), аудіальні (радіо, аудіокниги).

Про рівень сформованості комунікативних дій свідчить уміння використовувати під час взаємодії різноманітні методи та прийоми. *Методами комунікації* можуть виступати вільні та пошукові бесіди, тренінги, семінари, лекторії, диспути, дискусії, брейн-штурмінги, розповіді, інструктажі. Кожний з цих методів передбачає свою систему комунікативного впливу, яка складається з комплексу різноманітних прийомів: прямих, непрямих, маніпулятивних. Усі вони спрямовані забезпечувати ефективність комунікативного процесу.

Важливим складником змістової частини комунікативної взаємодії є метакомунікація – особисте сприймання співрозмовника на рівні, на якому комуніканти інформують один одного про своє ставлення (за П. Вацлавіком) [9]. Психологи надають цьому фактору особливе значення, так саме як і активності суб'єктів комунікації. Висока соціальна активність, прозорість не лише з питань інформації, а й з питань взаємного ставлення та емоційного стану, дає змогу отримати високі показники комунікативної взаємодії.

Отже, ефективність застосування змістової складової комунікативного акту залежить від активності суб'єктів спілкування, знання принципів, методів, форм, засобів комунікації та уміння їх використовувати у практичному житті.

**Після апробування на практиці усіх потенційних складових змістового етапу настає завершальна фаза** – підведення підсумків комунікативної взаємодії, або *результативно-оцінювальний етап*. Ця стадія комунікативної дії є кроком контролю, самоконтролю, оцінки досягнутої мети та передбачає корекцію окремих недосконалих моментів взаємодії.

Процес контролю розпочинається з встановлення його стандартів – того, які результати повинні бути отримані. Він характеризується перевіркою, оцінкою та самооцінкою фактично досяг-



нутих результатів, аналізом рівня успішності комунікативної взаємодії, з'ясуванням допущених помилок та причин неефективності окремих моментів комунікативного акту. Таким чином забезпечується зворотний зв'язок – проводяться корекційні заходи з метою підвищення результативності комунікації.

Ці кроки сприяють формуванню завершеності комунікативного акту, а аналіз ефективності його окремих моментів дозволяє удосконалити та автоматизувати комунікативні навички, необхідні для виконання наступної комунікативної дії.

Отже, психологічний аналіз комунікативного акту та його логічно-змістової структури уможливорює **наступні висновки:**

Комунікативний акт є інтеракцією між адресантом і адресатом, спрямованою на реалізацію комунікативних завдань, та представлений у вигляді цілеспрямованої завершенної дії. Він реалізується у ході комунікативного процесу та є його складовою.

Проведений аналіз свідчить, що у літературі представлені різні змістові аспекти комунікативного акту. Лінгвістичні дослідження виокремлюють дискурс, ситуацію, конситуацію, мовлення, контекст, пресупозицію як окремі складові комунікативного акту. Структурно-психологічний аналіз дає можливість виділити адресанта і адресата (аудиторію), зміст, код, засоби передачі повідомлення, канал зв'язку, результат (мету) взаємодії.

Процесуальний (цілемотиваційний) аспект аналізу передбачає розгляд комунікативного акту як завершенної комунікативної дії й вивчає послідовні її етапи – від появи мотивації до досягнення результату. Структурно-логічна структура комунікативного акту включає такі компоненти: мотиваційний (спрямованість особистості на спілкування, комунікативні потреби, цільові установки, мотиви комунікативної діяльності, ініціювання взаємодії), орієнтувальний (опрацювання комунікативної ситуації, перцептивний аналіз особливостей співрозмовника, планування взаємодії), змістовий (знання принципів, методів, форм, засобів комунікації та уміння їх використовувати у практичному житті), результативно-оцінювальний (контроль та оцінка досягнутої комунікативної мети).

Урахування цих компонентів забезпечує ефективність комунікативного акту як цілісної структурної одиниці комунікації.

### **Список використаних джерел**

1. Абуль-Фарадж. Книга занимательных историй / ред. Н. В. Пигулевской; пер. с сир. А. Белова, Л. Вильскера. – М.-Л. :

- Государственное издательство художественной литературы, 1961. – 294 с.
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Довіра, 2007. – 205 с.
  3. Богданов В. В. Деятельностный аспект семантики / В. В. Богданов // Прагматика и семантика синтаксических единиц : сборник научных трудов. – Калинин. – 1999. – № 8. – С.12–23.
  4. Горох Г. В. Комунікативна лінгвістика : навч.-метод. посіб. / Г. В. Горох, В. С. Карпалюк. – Кам'янець-Подільський : Зволейко, 2009. – 283 с.
  5. Дикань Н. В. Менеджмент : навч посібник / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 389 с.
  6. Ефективна комунікація (спілкування) – важлива якість керівництва: [Електронний ресурс] / [Б.Г. Веденко, Л.Б. Веденко, Ф.В. Мельник та ін.] // Новости медицины и фармации : интернет-видання для медичних та фармацевтичних працівників. – 2012. – №18 (431). – Режим доступу : <http://www.mif-ua.com/archive/article/34251>.
  7. Занковский А. Н. Организационная психология : учеб. пособие / А. Н. Занковский. – 2-е изд. – М. : Флинта, МПСИ, 2002. – 648 с.
  8. Кан-Калик В. А. Грамматика общения / В. А. Кан-Калик. – М. : Роспедагентство, 1995. – 108 с.
  9. Косенко Ю. В. Основы теории мовної комунікації : навч. посіб. / Ю. В. Косенко. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 187 с.
  10. Лассуэл Г. Д. Язык власти / Гарольд Дуайт Лассуэл // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 20. – С. 264–279.
  11. Леонтьев Д. А. Тематический апперцептивный тест / Д. А. Леонтьев. – 2-е изд., стер. – М. : Смысл, 2000. – 254 с.
  12. Леонтьев А. А. Психология общения. – 2-е изд., испр. и доп. / А.А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 365 с.
  13. Ломов Б. Ф. Психическая регуляция деятельности : избранные труды / Б.Ф. Ломов. – Москва : ИП РАН, 2006. – 624 с.
  14. Лурия А. Р. Основы нейропсихологии : учеб. пособие / А.Р. Лурия. – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2006. – 384 с.
  15. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.

16. Олешков М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса : монография / М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил : Нижнетагильская гос. соц.-пед. акад., 2006. – 335 с.
17. Омельченко І. М. Особливості формування соціальної перцепції у дітей старшого дошкільного віку з дитячим церебральним паралічем : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.08 «Спеціальна психологія» / І. М. Омельченко. – К., 2010. – 20 с.
18. Опалюк О. М. Спілкування в контексті соціалізації особистості / О. М. Опалюк, О. І. Лісовий // Зб. наук. праць КПНУ імені Івана Огієнка : серія соц.-педагогічна ; [за ред. Л. П. Мельник, В. І. Співака]. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2009. – Вип. 11. – С. 61-67.
19. Остин Дж. Избранное / Джон Ленгшо Остин ; пер. с англ. Л. Б. Макеевой, В. П. Руднева. – М. : Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. – 332 с.
20. Парыгин Б. Д. Анатомия общения : учеб. пособие / Б. Д. Парыгин. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 1999. – 301 с.
21. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 1999. – 349 с.
22. Прикладная конфликтология : хрестоматия / [сост. К. В. Сельченко]. – Минск : Харвест, 1999. – 624 с.
23. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник [для студ. вищих навч. закладів] / О. А. Семенюк, В. Ю. Паращук. – К. : Академія, 2010. – 240 с.
24. Словарь практического психолога / [сост. С. Ю. Головин]. – Минск : Харвест, 1998. – 800 с.
25. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пособие / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд ; под ред. Л. Ф. Никулина ; [пер. с англ.]. – М. : Юнити-Дана, 2001. – 415 с.
26. Соломянюк Н. М. Теоретичні основи визначення поняття «інтегровані маркетингові комунікації»: [Електронний ресурс] / Н. М. Соломянюк, Ю. В. Молдаховська // Наука. Теорія и практика : вестник – 28.12.2011-30.12.2011. – Режим доступу : [www.конференция.com.ua/pages/view/161](http://www.конференция.com.ua/pages/view/161).
27. Струганець Л. В. Культура мови : словник термінів / Л. В. Струганець. – Тернопіль : Навчальна книга-Богдан, 2000. – 88 с.
28. Фалмер Р. М. Энциклопедия современного управления : в 5 т. / Р. М. Фалмер. – М. : ВИПКэнерго, 1992. – Т.5. : Специальные вопросы теории управления. – 120 с.

### Spysok vykorystanyh dzherel

1. Abul'-Faradzh. Kniga zanimatel'nyh istorij / red. N. V. Pigulevskoj. – per. s sir. A. Belova, L. Vilskera, – M.-L. : Gosudarstvennoe izdatel'stvo hudozhestvennoj literatury, 1961. – 294 s.
2. Batsevych F. S. Slovnyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii / Florii Serhiiovych Batsevych. – K. : Dovira, 2007. – 205 s.
3. Bogdanov V. V. Dejatel'nostnyj aspekt semantiki / V. V. Bogdanov // Pragmatika i semantika sintaksicheskikh edinic : sbornik nauchnyh trudov. – Kalinin. – 1999. – № 8. – S.12–23.
4. Horokh H. V. Komunikatyvna linhvistyka : navch.-metod. posib. / H. V. Horokh, V. S. Karpaliuk. – Kam'ianets-Podilskyi : Zvoleiko, 2009. – 283 s.
5. Dykan N. V. Menedzhment : navch posibnyk / N. V. Dykan, I. I. Borysenko. – K. : Znannia, 2008. – 389 s.
6. Efektyvna komunikatsiia (spilkuvannia) – vazhlyva yakist kerivnytstva [Elektronnyi resurs] / [B.H. Vedenko, L.B. Vedenko, F.V. Melnyk tain.] // Novosty medytsyny i farmatsyy : internet-vydannia dlia medychnykh ta farmatsevtichnykh pratsivnykiv. – 2012. – №18 (431). – Rezhym dostupu : <http://www.mif-ua.com/archive/article/34251>.
7. Zankovskij A. N. Organizacionnaja psihologija : ucheb. posobie / A. N. Zankovskij. – 2-e izd. – M. : Flinta, MPSI, 2002. – 648 s.
8. Kan-Kalik V. A. Grammatika obshhenija / V. A. Kan-Kalik. – M. : Rospedagentstvo, 1995. – 108 s.
9. Kosenko Iu. V. Osnovy teorii movnoi komunikatsii : navch. posib. / Iu. V. Kosenko. – Sumy : Sumskyi derzhavnyi universytet, 2011. – 187 s.
10. Lassujel G. D. Jazyk vlasti / Garol'd Duajt Lassujel // Politicheskaja lingvistika. – Ekaterinburg, 2006. – Vyp. 20. – S. 264–279.
11. Leont'ev D. A. Tematicheskij apperceptivnyj test / D.A. Leont'ev. – 2-e izd., ster. – M. : Smysl, 2000. – 254 s.
12. Leont'ev A. A. Psihologija obshhenija. – 2-e izd., ispr. i dop. / A. A. Leont'ev. – M. : Smysl, 1997. – 365 s.
13. Lomov B. F. Psihicheskaja reguljacija dejatel'nosti : izbrannye trudy / B.F. Lomov . – Moskva : IP RAN, 2006. – 624 s.
14. Lurija A. R. Osnovy nejropsihologii : ucheb. posobie / A.R. Lurija. – 4-e izd., ster. – M. : Akademija, 2006. – 384 s.
15. Makarov M. L. Osnovy teorii diskursa / M. L. Makarov. – M. : Gnozis, 2003. – 280 s.

16. Oleshkov M. Ju. Modelirovanie kommunikativnogo processa : monografija / M. Ju. Oleshkov. – Nizhnij Tagil : Nizhnetagil'skaja gos. soc.-ped. akad., 2006. – 335 s.
17. Omelchenko I. M. Osoblyvosti formuvannia sotsialnoi pertseptsii u ditei starshoho doshkilnoho viku z dytiachym tserebralnym paralichem : avtoref. dys. ... kand. psykhol. nauk : spets. 19.00.08 «Spetsialna psykholohiia» / I. M. Omelchenko. – K., 2010. – 20 s.
18. Opaliuk O. M. Spilkuvannia v konteksti sotsializatsii osobystosti / O. M. Opaliuk, O. I. Lisovyi // Zb. nauk. prats KPNU imeni Ivana Ohienka : seriiia sots.-pedahohichna ; [za red. L. P. Melnyk, V. I. Spivaka]. – Kam'ianets-Podilskyi : Aksioma, 2009. – Vyp. 11. – S. 61–67.
19. Ostin Dzh. Izbrannoe / Dzhon Lengsho Ostin ; per. s angl. L. B. Makeevoy, V. P. Rudneva. – M. : Ideja-Press, Dom intellektual'noj knigi, 1999. – 332 s.
20. Parygin B. D. Anatomija obshhenija : ucheb. posobie / B. D. Parygin. – SPb. : Izd-vo Mihajlova V.A., 1999. – 301 s.
21. Pochepcov G. G. Kommunikativnye tehnologii dvadcatogo veka / G. G. Pochepcov. – M. : Refl-buk; K. : Vakler, 1999. – 349 s.
22. Prikladnaja konfliktologija : hrestomatija / [sost. K. V. Sel'chenok]. – Minsk : Harvest, 1999. – 624 s.
23. Semeniuk O. A. Osnovy teorii movnoi komunikatsii : navch. posibnyk [dlia stud. vyshchych navch. zakladiv] / O.A. Semeniuk, V. Iu. Parashchuk. – K. : Akademiia, 2010. – 240 s.
24. Slovar' prakticheskogo psihologa / [sost. S. Ju. Golovin]. – Minsk : Harvest, 1998. – 800 s.
25. Smit P. Kommunikacii strategicheskogo marketinga : ucheb. posobie / P. Smit, K. Bjerri, A. Pulford ; pod red. L. F. Nikulina ; [per. s angl.]. – M. : Juniti-Dana, 2001. – 415 s.
26. Solomianiuk N. M. Teoretychni osnovy vyznachennia poniattia «intehrovani marketynhovi komunikatsii»: [Elektronnyi resurs] / N. M. Solomianiuk, Iu. V. Moldakhovska // Nauka. Teoryia y praktyka : vestnyk – 28.12.2011-30.12.2011. – Rezhym dostupu : [www.konferentsyia.com.ua/pages/view/161](http://www.konferentsyia.com.ua/pages/view/161).
27. Struhanets L. V. Kultura movy : slovnyk terminiv / L.V. Struhanets. – Ternopil : Navchalna knyha–Bohdan, 2000. – 88 s.

28. Falmer R. M. Jenciklopedija sovremennogo upravlenija : v 5 t. / R. M. Falmer. – M. : VIPKjenergo, 1992. – Т.5. : Special'nye voprosy teorii upravlenija. – 120 s.

**N.M. Honcharuk. Psychological Analysis of the Communicative Act and its Logical and Semantic Structure.** The paper explores the psychological aspects of the communicative act and its logical and semantic structure. The author describes the psychological essence of the concept, semantic and procedural (goal-oriented) structure of the communicative act.

In psychological studies, the communicative act is seen as interaction between the sender and recipient, designed to achieve communication objectives presented in the form of purposeful completed action. The communicative act is performed during the interaction and constitutes its essential component.

Content analysis allows us to identify the structural units that characterize the set of elements, relationships, and trends that constitute the communicative act. Various aspects of semantic analysis are presented in reference works. Linguistic research draws distinction between discourse situation, co-situation, speech, and context as individual components of the communicative act. Structural and psychological analysis enables us to identify the sender and recipient, content, code, vehicles of communication, message, channel, and result of the interaction.

The procedural aspect of the analysis involves consideration of the communicative act as a successful communicative action and examines its successive stages – from the emergence of motivation to the achieved results. The structural and logical structure of the communicative act includes motivational, orientative, content-related, and effect evaluative components.

The results of the theoretical research are aimed at finding ways to ensure the effectiveness of the communicative act as an integrated structural formation.

**Key words:** communicative act, communicative needs, motivational communication acts, communicative situation, social perception, communication tools, message, channel.

*Отримано: 4.12.2013 р.*