

7. Шевченко І.С. Прагмалінгвістика: quo vadis? / І.С. Шевченко // Наук. вісник каф. ЮНЕСКО КНЛУ. – 2003. – Вип.7. – С. 51-57.
8. Leech G.N. Principles of Pragmatics / G.N. LEECH. – London: Longman,. 1983. – 250 p.
9. Schwarz M. Semantik. Ein Arbeitsbuch / M. Schwarz, J. Chur. – Tubingen : Narr, 1996. – 223 S.

Стаття посвящена дослідженню похідних іменних німецького і українського мов з точки зору їх комунікативних характеристик. Дослідження проведено на матеріалі дериватів з латинськими суфіксами з позначенням особи в відповідних мовах. В результаті дослідження визначені типи прагматичного значення, його зв'язок з денотатом і комунікативні функції.

*Ключові слова:* похідне, іменник, семантика, прагматика.

The article deals to the research of derivative nouns of German and Ukrainian in aspects of their communicative characteristics. The research is carried out on the basis of the derivative nouns with Latin suffixes on the meaning of person in these languages. In result of the research the types of pragmatics meaning, its connection with denotatum and communicative functions are specified.

*Keywords:* derivative, noun, semantics, pragmatics.

УДК 811.161.2'367.32

*Шатілова О. С.*

## **РОЛЬ ПРАГМАТИЧНОГО ЧИННИКА У ВИБОРІ РІЗНОВИДУ СПОНУКАЛЬНОГО МОВЛЕННЄВОГО АКТУ**

Стаття присвячена питанню виокремлення типів мовленнєвих актів з урахуванням їх прагматичних характеристик. У ній проаналізовано можливі підстави виділення різновидів комунікативних актів. Здійснено інвентаризацію спонукальних актів на прагматичній основі. Встановлено основні прагматичні чинники формування спонукального мовленнєвого акту.

*Ключові слова:* прагматика, мовленнєвий акт, спонукування, спонукальний мовленнєвий акт, прагматична ознака.

Наприкінці ХХ століття стрімким розвитком відзначилося нове мовознавче вчення – лінгвістична прагматика, яка ставить за мету розробку єдиної теорії інтерпретації мовленнєвих утворень (висловлень) у певних комунікативних контекстах [2]. Виокремлення лінгвістичної прагматики в особливу галузь мовознавства пов'язане перш за все з тим, що прагматику цікавлять не конвенції мови (це власне граматичний об'єкт досліджень), а конвенції вживання висловлень [6].

Ще О. Потебня почав розглядати мову в антропонімічному вимірі [11, с. 112]. Його погляди поряд із дослідженнями зарубіжних лінгвістів (М. Гайдеггер, Н. Хомський та ін.) породили в подальшому нову наукову парадигму – номінативно-прагматичну. Основу її становлять теорія номінації, теорія референції та теорія комунікативних (мовленнєвих) актів. Таким чином, теорія комунікативних (мовленнєвих) актів є складовою частиною прагматики, яка досліджує “функціонування мовних знаків у мовленні (хоча саме термінологічне окреслення прагматики як науки до цих пір є проблематичним (див.: [1, с. 154; 5, с. 69 і далі; 10]),, [8, с. 356]. Теорія мовленнєвих актів виходить з наявності у реченнєвій структурі “власне-суб’єктивного компонента, який забезпечує авторську інтерпретацію об’єктивної інформації. Це дає можливість послідовно розмежувати об’єктивну і суб’єктивну площину речення” [8, с. 356]. Останнє забезпечує входження речення в комунікативний акт [8, с. 356].

Завдяки зарахуванню до переліку завдань аналізу не лише синтаксичних одиниць та їх категорій, а й розгляду різноманітних супровідних характеристик, притаманних реченню, номінативно-прагматична наукова парадигма розширює синтаксичну проблематику та забезпечує “з’ясування інвентарю синтаксичних одиниць у загальній системі мовної номінації та вираження в їх структурі власне-авторського “Я” [8, с. 356].

А. Ломов зазначав, що прагматика видозмінила значущість досліджуваних синтаксичних явищ, принісши антропонімічний компонент як визначальний [9].

Комунікативно-прагматичне вивчення мови базується на системно-структурному уявленні про її багаторівневу організацію, проте надає нові можливості у передаванні комунікативно значущих смислів під час спілкування партнерів.

Як зазначає Н. Формановська, у процесі спілкування за допомогою мови “на перший план виступає суб’єкт мовленнєвих дій, який визначає та окреслює певний прагматичний комунікативний простір” [12, с. 9]. Прагматичним простором мови дослідниця називає ту обширну зону, де мова фіксує різноманітне ставлення мовця до дійсності, і користувач мови в процесі спілкування а) називає, б) вказує, в) виражає ці відношення, а адресат сприймає та тлумачить ці смисли [12, с. 9].

**Метою** роботи є системний аналіз спонукальних мовленнєвих актів у прагматичному аспекті. Досягнення поставленої мети вимагає розв’язання конкретних завдань: 1) визначення основних теоретичних засад прагматики як дисципліни; 2) з’ясування підстав виокремлення типів мовленнєвих актів; 3) здійснення інвентаризації спонукальних актів згідно з класифікацією В. Богданова; 4) встановлення основних прагматичних чинників формування спонукального мовленнєвого акту.

**Об’єктом** дослідження обрано категорію спонукування в українському мовленні.

**Предмет** дослідження становлять прагматичні різновиди спонукальних конструкцій у текстах.

**Матеріалом** роботи є україномовні публіцистичні тексти початку ХХ ст.

Одним із центральних понять прагматики є мовленнєвий акт. Окремий акт мовлення, мовленнєвий акт являє собою двобічний процес, охоплюючи говоріння та одночасне слухове сприйняття й розуміння почутого. Проте у фокусі інтересів лінгвістичної прагматики знаходяться не лише стосунки між комунікантами як мовцем і слухачем та їхнє ставлення до мовленнєвого витвору, а й відношення одне до одного, ставлення до ситуації мовленнєвого спілкування, зовнішнього світу.

Отже, дослідження речення-висловлення в прагматичному аспекті повинне враховувати принципи, які регулюють мовленнєве спілкування, правила врахування статусних ролей комунікантів тощо.

Комунікативний (мовленнєвий) акт – “найзагальніше поняття комунікативної лінгвістики й теорії спілкування; процес, який відбувається в певному місці, на пересіченні осей простору і часу, результатом якого є дискурс (текст)” [3, с. 103].

Вивчення прагматики речень становить “важливу сферу мовних знань, оскільки володіння мовою передбачає не тільки уміння конструювати речення (мовна компетенція), але й уміння правильно використовувати речення в мовленнєвих актах для досягнення відповідного комунікативно-функціонального ефекту та результату (комунікативна компетенція). Речення розрізняються комунікативною компетенцією, при цьому під комунікативною інтенцією мається на увазі притаманна кожному реченню спрямованість на вирішення певного мовного завдання спілкування” [8, с. 458]. Таким чином, комунікативна інтенція (від лат. *intention* – прагнення) – це усвідомлений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення [3, с. 116]. Диференціація речень в аспекті комунікативної інтенції пов’язана зі способами використання мовних знаків, що й становить предмет прагматики. Так, наприклад, різниця між питальним і спонукальним реченням полягає в їхньому комунікативно-інтенційному змісті.

Загальна інтенція мовця зумовлює комунікативну стратегію, тобто оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, а саме контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації. Т.Є. Янко зазначає, що комунікативна стратегія мовця полягає у виборі комунікативних намірів і розподілі часток інформації за комунікативними складниками, серед яких і вибір глобального мовленнєвого наміру, наприклад, звернення з проханням або наказом [13]. Побудова стратегій та їхня реалізація значною мірою залежать від рівня знайомства комунікантів, їхніх психологічних, соціальних та інших характеристик.

Отже, будь-яке речення реалізується в тих чи інших мовленнєвих актах, пов’язаних із комунікативними настановами (інтенціями) міжособистісного спілкування. Усі мовленнєві акти є чітко окресленими та визначені суспільною практикою. Таким чином, речення як засіб реалізації відповідного мовленнєвого акту співвідносне з певною комунікативною інтенцією мовця.

Кожне висловлення задумане мовцем як спосіб здійснення певного впливу й має конкретну адресованість. Реалізуючи інтенціональний аспект комунікації, мовець у першу чергу виходить з умов спілкування, оскільки прагне отримати певний результат, тому він повинен змусити адресата розпізнати його наміри отримати цей результат.

Комунікативний внесок на певному кроці діалогу повинен бути таким, якого потребує спільна мета діалогу. Іншими словами, в більшості випадків учасники комунікації мають спільну мету – досягнення взаємопорозуміння.

Необхідно дотримуватися також низки характеристик, а саме: принципу ввічливості, усталених у суспільстві умовностей, етикетних мовленнєвих актів, соціальних характеристик і вибору стратегії спілкування.

Комунікація здійснюється різними способами, найголовнішими серед яких є мовні. “З їх допомогою комуніканти впливають один на одного. Такі аспекти спілкування називають прагматичними” [3, с. 105]. Отже, прагматичні аспекти спілкування – аспекти, “пов’язані з впливом суб’єктів один на одного за допомогою мовних засобів (коду)” [3, с. 105]. Таким чином, прагматичні аспекти спілкування залежать від учасників спілкування та стосунків між ними, а всі мовленнєві акти різняться не лише комунікативною спрямованістю, а й прагматичними ознаками. Диференціація спонукальних висловлень може бути здійснена з урахуванням таких прагматичних чинників: 1) зацікавленість мовця / адресата у здійсненні каузованої дії; 2) обов’язковість / необов’язковість виконання каузованої дії адресантом; 3) відношення субординації між мовцем і адресатом.

Однак така класифікація являє собою розмежування спонукальних мовленнєвих актів лише в узагальненому вигляді. Кожен прагматичний тип спонукального висловлення містить в свою чергу декілька підтипів, диференціація яких здійснюється на основі додаткових прагматичних ознак: мотиви спонукання, сфера спілкування, бажаність / небажаність дії партнерів тощо.

Прагматичний аспект спонукального мовленнєвого акту містить також низку чинників соціолінгвістичного характеру: 1) розподіл комунікативних ролей між учасниками мовленнєвого акту; 2) розподіл соціальних ролей між комунікантами; 3) характер міжособистісних стосунків, залежний від ступеня соціально-психологічної відстані між комунікантами; 4) ставлення комунікантів до каузованої дії.

Відповідно для успішного виконання спонукального мовленнєвого акту необхідні такі умови: 1) мовець хоче, щоб адресат виконав його бажання, тобто необхідним є застосування “умови щирості”; 2) мовець має мету, тобто наявна інтенція спонукання до дії; 3) момент часу очікуваного виконання дії, тобто дія повинна відбутися пізніше моменту говоріння.

Перераховані умови поширені на всі спонукальні мовленнєві акти, а також стосуються навіть немовних дій, наприклад, жестів, міміки, спонукальних вигуків тощо, на що звертає увагу дослідниця О. Беляєва [4, с. 13].

Кожному мовленнєвому акту, у тому числі й спонукальному, притаманні власні прагматичні ознаки. У роботі, спираючись на класифікацію, розроблену В. Богдановим, ми оперуватимемо такими прагматичними ознаками як адресованість спонукування, зацікавленість в отриманні інформації, чинник влади або вищого соціального статусу, залежність / незалежність адресата від адресанта, зацікавленість у каузованій дії.

На підставі виділених прагматичних характеристик спонукального висловлення й виділено шість типів спонукальних мовленнєвих актів. Продемонструємо алгоритм визначення типу мовленнєвого акту із урахуванням прагматичних чинників:



Отже, можна виділити чотири основних чинники, покладених в основу класифікації спонукальних конструкцій з прагматичного боку:

1. Адресованість спонукування (хто з комунікантів повинен виконати дію: мовець чи адресат): *І тому давайте от я зараз спробую намагатися говорити лише про факти, утримуючись від емоцій* („Свобода слова”, ICTV , 23.11.2009, 23:00); *А й справді, погляньте на ці фото* (Кримська світлиця, 17.06.2011).

2. Зацікавленість в отриманні інформації, залежно від чого мовленнєві акти можна розподілити на інформаційно-спонукальні, якщо від адресата необхідно отримати певну інформацію, та неінформаційно-спонукальні: *В якій сфері вас дискримінують, підкажіть, будь ласка* („Велика політика”, Інтер, 08.10.2010, 23:00); *[Заморозила парубка]. Тепер відігравай!..* (Вітчизна, № 1-2, 2009).

3. Співвідношення соціальних статусів комунікантів (на підставі цієї ознаки спонукальні акти поділяються на такі, що засновані на владі чи більш високому соціальному стані мовця, та на групу спонукальних актів, ознака високої соціальної позиції мовця для яких не є релевантною): *Йди геть!* (Плюс, <http://ukrgazeta.plus.org.ua/article.php?ida=3044>); *Купіть упаковку різнокольорових стикерів і завжди майте при собі кілька аркушиків* (Дзеркало тижня, 12-18.02.2011).

4. Зацікавленість в отриманні вигоди (користі) від каузованої дії (різниця між мовленнєвими актами полягає в тому, для кого вони є вигідними: для мовця чи адресата): *Допоможіть мені, благаю. Хочуть забрати мою квартиру у м. Чернівці* (<http://kraina.name/14/1964/>); *Бережіть свій імунітет!* (Світ молоді, 28.02.2011).

Отже, найважливішими компонентами ситуації спілкування є комуніканти – адресант і адресат. Це типізовані особи, які несуть у собі, з одного боку, “типізовані, узагальнені риси свого народу, своєї культури та свого соціального середовища, з іншого боку – особистий досвід знань, <...> оцінок, відношень” [12, с. 57]. Адресант ніби прогнозує в адресатові наявність спільного фонду знань, соціальний статус тощо, тим самим орієнтуючись на певний образ, він обирає стилістичний реєстр спілкування.

Таким чином, запропонована класифікація спонукальних мовленнєвих актів враховує такі чинники: чинник адресованості спонукування, зацікавленості в отриманні інформації, чинник співвідношення соціальних статусів і чинник зацікавленості в отриманні вигоди від виконання каузованої дії. Кожному типу спонукального мовленнєвого акту відповідає власна комбінація зазначених чинників.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. О значимых единицах языка / Н.Д. Арутюнова // Исследования по общей теории грамматики. – М. : Наука, 1968. – С. 144-162.
2. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Известия Академии Наук СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40. – Вып. 4. – С. 356-364.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : Підручник / Ф. С. Бацевич. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2004. – 344 с.
4. Беляева Е.И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках / Е.И. Беляева. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1985. – 180 с.
5. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Эмиль Бенвенист; пер. с фр. под ред. Ю. С. Степанова. – М. : Прогресс, 1974. – 448 с.
6. Бульгина Т.В. О границах и содержании прагматики / Т. В. Бульгина // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40. – № 4.
7. Грайс П. Логика и речевое общение // режим доступа: <http://matling.spb.ru/files/semiot/grice.htm>
8. Загнітко А.П. Теоретична граматика сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис / А.П. Загнітко. – Донецьк : ТОВ „ВКФ „БАО”, 2011. – 992 с.
9. Ломов А.М. Типология русского предложения / А.М. Ломов. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1994. – 280 с.
10. Мамудян М. Лингвистика / М. Мамудян. – М. : Прогресс, 1985. – 210 с.

11. Потебня А.А. Мысль и язык / А. А. Потебня. – К. : СИНТО, 1993. – 192 с.
12. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие : коммуникация и прагматика / Н.И. Формановская. – М. : Издательство „ИКАР”, 2007. – 480 с.
13. Янко Т.Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии / Т. Е. Янко // Вопросы языкознания. – 1999. – № 4. – С. 25–55.

Статья посвящена вопросу выделения типов побудительных речевых актов с учётом их прагматических характеристик. В ней проанализированы возможные основания выделения разновидностей коммуникативных актов. Осуществлена инвентаризация побудительных речевых актов на прагматической основе. Установлены основные прагматические факторы формирования побудительного речевого акта.

*Ключевые слова:* прагматика, речевой акт, побуждение, побудительный речевой акт, прагматический признак.

Article is devoted a question of allocation of types of incentive speech certificates taking into account their pragmatic characteristics. In it the possible bases of allocation of versions of communicative certificates are analysed. Inventory of incentive speech certificates on a pragmatic basis is carried out. The basic pragmatic factors of formation of the incentive speech certificate are established.

*Keywords:* pragmatics, the speech certificate, prompting, the incentive speech certificate, the pragmatic factor.

УДК 811.161.2'367.625.43

*Шевчук С.В.*

## **МОДЕЛІ АКТИВНИХ ДІЄПРИКМЕТНИКІВ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРНІЙ МОВІ**

У статті проаналізовано найпоширеніші способи заміни активних дієприкметників у сучасній українській літературній мові. Ці утворення є суржиком і неприродним явищем в українській мові.

*Ключові слова:* норма літературної мови, активні дієприкметники, калька, іменникові перекладки, іменники-прикладки.

Загальновідомо, що українська мова упродовж тривалого часу була під забороною (незважаючи на те, що метрополій на пропаганда докладала неабияких зусиль, щоб довести цивілізованому світові, що мови народів Радянського Союзу перебувають у стадії бурхливого розквіту, що суспільна значимість мов, їх стилі функціонально збагачуються) і, на превеликий жаль,