

ниц. // Проблемы фразеологии: Исследования и материалы – М.-Л.: Наука. – 1964 – С. 70-83.

8. Іжакевич Г.П. Стилістична класифікація фразеологізмів // Українська мова і література в школі. – 1971. -№10. – С. 13-21.

9. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во Московского университета. – 1971. – 267 с.

10. Кривенко Б.В. Фразеология и газетная речь // Русская речь. – 1993. – №3. – С. 44-49.

11. Мануйлова Н.А. Функционально стилистическая характеристика фразеологии в газетном тексте.:Л. – 1986 – 97 с.

12. Харлицкий М.С. Употребление фразеологизмов в газетной речи (На материале газетной периодики 1968-1975г.) Автореферат – М., 1976 – 59 с.

УДК 811.111'367.635'37

Т.І. Попович,

*Чернівецький національний університет,
м. Чернівці*

ВПЛИВ КОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕНЦІЙ НА ДІАЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ

У статті розглядається вплив комунікативних інтенцій на діалогічне мовлення та визначається їх роль для подальших досліджень.

The article focuses on the analysis of the communicative intentions' influence on the dialogue speech and their role for the further researches is defined.

Мовлення – це процес вираження думки засобами мови. Ф. де Соссюр характеризував мовлення як “комбінації, за допомогою яких суб’єкт, що говорить, користується мовним кодексом з метою вираження своєї особистої думки”. Разом з тим, визначаючи відношення мовлення до мови, він бачив у ньому реалізацію мовного потенціалу, свого роду “виконання” мови.

Мовленнєва діяльність – це процеси “говоріння” і “слухання-розуміння”, які є посередниками у переході від системи мови до мовленнєвих текстів. В.Гумбольдт уперше розглядав сутність мовленнєвої діяльності як взаємозумовленої кореляції двох процесів, що доповнюють один одного, з яких один розпадається на фази формування мовлення – думки та його звукової зашифровки, а інший – протилежний за своїм напрямом процес – складається з дешифровки

і наступного відтворення думки, спираючись на знання мови і свій особистий досвід.

У сфері мовлення провідною функцією є комунікативна. У мовленнєвій діяльності вона реалізується в одному з трьох можливих варіантів:

- 1) індивідуально-регулятивна функція (функція впливу);
- 2) колективно-регулятивна функція (радіо, газета, ораторське мовлення) – реалізується в умовах “масової комунікації”, немає зворотного зв’язку;
- 3) саморегулятивна функція (під час планування власної поведінки).

Разом з тим у мовленнєвій діяльності можуть реалізовуватися потенційні характеристики мовлення, які не завжди притаманні будь-якому мовленнєвому акту, т.т. факультативні. Вони ніби на шаровуються на функції мови. Кожне мовленнєве висловлювання, окрім комунікативної, “інтелектуальної” і т.п. спрямованості, може мати додаткову спеціалізацію. Це: 1) поетична (естетична); 2) магична (у первіснообщинному суспільстві – табу, евфемізми); 3) фатична (функція контакту); 4) номінативна (найменування чогось, реклама); 5) діакретична (використання мовлення для корекції чи доповнення певної мовленнєвої ситуації).

Розрізняються 3 типи мовлення за характером взаємодії учасників спілкування: діалог, полілог та монолог, проте наше дослідження зосереджено на діалогічному мовленні.

Діалогічне мовлення – це процес взаємодії двох або більше учасників спілкування. Тому в межах мовленнєвого акту кожен з учасників по черзі виступає як слухач і як мовець [1, с. 84-93].

Діалогічне мовлення характеризується: 1) зверненістю (спілкування, як правило, проходить у безпосередньому контакті учасників, які добре обізнані з умовами в яких відбувається комунікація); 2) ситуативністю (ситуативним діалогічне мовлення є тому, що часто його зміст можна зрозуміти лише з урахуванням тієї ситуації, в якій воно здійснюється); 3) емоційною забарвленістю (справжній діалог містить репліки подиву, захоплення, оцінки, розчарування, незадоволення та інше); 4) спонтанністю (діалогічне мовлення, на відміну від монологічного, неможливо спланувати заздалегідь).

Часто партнери діалогічного мовлення мають бажання або потребу чи необхідність висловити прохання, запрошення, вдячність, передати інформацію, повідомлення тощо, запитати про когось чи про щось, вплинути на чийсь думки, переконання, відповісти на запитання, висловити міркування з приводу певного повідомлення, підтримати розмову, стимулювати вчинок, дію тощо, тобто мають комунікативну інтенцію, яка разом з умовами спілкування створює мовленнєву ситуацію.

Будь-який діалог складається з окремих взаємопов'язаних висловлювань. Такі висловлювання, межею яких є зміна співрозмовника, називаються реплікою. Репліка є першоелементом діалогу. Репліки бувають різної протяжності, але тісно пов'язані одна з одною за своїми комунікативними функціями, структурно та інтонаційно. Найтісніший зв'язок має місце між суміжними репліками. Сукупність реплік, що характеризується структурною, інтонаційною та семантичною завершеністю, називають діалогічною єдністю. Діалогічна єдність є одиницею навчання діалогічного мовлення [2, с. 65-70].

Перша репліка діалогічної єдності є завжди ініціативною (її називають ще реплікою-спонуканням або керуючою). Друга репліка може бути або повністю реактивною (інакше – залежною, або реплікою – реакцією), або реактивно – ініціативною, тобто включати реакцію на попереднє висловлювання й спонукання до наступного.

Приклад 1

Peter: "What would you like to eat, Edith?"

Приклад 2

Ben: "Is lunch ready?"

Anne: "Yes. Let's have lunch in the garden."

В обох прикладах перша репліка діалогічної єдності є звичайно ініціативною, друга репліка у прикладі 1 – реактивна (тут розмова може припинитися), а в прикладі 2 – реактивно – ініціативна: спочатку реакція (відповідь на запитання), а потім – спонукання (пропозиція), тобто розмова продовжується.

Залежно від функціонального взаємозв'язку реплік у діалозі виділяти різні види діалогічної єдності. Наведемо основні види діалогічних єдностей у таблиці:

Таблиця 1
Види діалогічних єдностей

Повідомлення	Спонукання	Запитання
Повідомлення – повідомлення	Спонукання – згода	Запитання – відповідь
Повідомлення – запитання	Спонукання – відмова	Запитання-контрзапитання
Повідомлення – спонукання	Спонукання – запитання	

Наведемо приклади деяких видів діалогічної єдності (ДЄ).

ДЄ "повідомлення – повідомлення"

Pretty girl: "I want to buy a hat."

Assistant: "Hats are upstairs on the next floor."

ДЄ "повідомлення – запитання"

Hostess Bradley: “Alice! Perhaps that passenger is a hijacker.”

Hostess Alice: “Which passenger, Anne?”

ДС “запитання – контрзапитання”

Voice A: “What’s wrong with you, Mrs Blog?”

Mrs Blog: “What’s wrong with me?”

ДС “спонукання – запитання”

Anne: “Let’s eat lunch in the garden?”

Ben: “Shall I sit on this seat?”

Усі види ДС, згадані в таблиці, а також у поданих прикладах, називаються простими, бо містять репліки, кожна з яких виконує лише одну

комунікативну функцію. Але в реальних діалогах більшість ДС є складними,

наприклад: “запитання – відповідь – спонукання” тощо.

Тож, як бачимо, в рамках цих діалогічних висловлювань формулюються комунікативні завдання, реалізуються комунікативні інтенції, співрозмовники приходять до певного висновку чи припущень, розв’язуються відповідні проблеми.

Передумовою будь-якого мовленнєвого висловлювання є його мотивація, що ніби стимулює появу необхідних мовленнєвих, динамічних стереотипів, яку вважають першою ланкою. Другою ланкою психолінгвісти називають комунікативну інтенцію. Це аналіз у свідомості мовця ситуації, формування мети і завдань висловлювання, що разом складає бажання висловитися. Третя ланка – внутрішнє програмування мовленнєвого висловлювання [3, с. 27-53].

Розглянемо докладніше другу ланку – комунікативну інтенцію. У психології під інтенцією, що походить від лат. *intentio* – прагнення, розуміється “спрямування свідомості, мислення на певний предмет”. Т.В. Такташова, Є.В. Коток, О.В. Степаненко вважають, що “інтенція – це бажання мовця висловитися” [7, с. 127]. Вона необхідна для досягнення певної комунікативної мети.

Комунікативна інтенція (комунікативне завдання, комунікативна цільова настанова) – “релевантна ознака діалогічної єдності” [5, с. 15]. Вона виражається найбільш яскраво запитальною ініціативною реплікою, хоч виступає також іншими репліками, зокрема: повідомлення, оголошення, поздоровлення, побажання тощо. Пошук, запит інформації як комунікативна інтенція, що здійснюється в питальних репліках, “стимулює комунікацію, вимагає заповнення інформаційного простору, забезпечуючи тим самим комунікативну цілісність двох суміжних реплік” [5, с. 15].

Комунікативна цілісність – обов’язкова ознака діалогічної єднос-

ті. Якщо кожна наступна репліка продовжує і доповнює те, що сказано в попередній, “і водночас сприяє висвітленню єдиної загальної теми”, [4, с. 12] – окремі репліки зіллються в єдину цілісність – діалогічний текст, який складається з декількох діалогічних єдностей.

Ця домінантна схема розподілення компонентів актуального членування і створює комунікативну цілісність діалогічного мовлення.

Граматична когерентність як важлива й характерна ознака діалогічної єдності властива еліпсису в тих випадках, “коли партнер комунікації сприймає синтаксичну програму, задану ініціативною реплікою, а реагуюча репліка оформляється відповідно з морфологічними характеристиками цієї програми” [5, с. 16]. Але граматична когерентність є чинником, факультативним для діалогічної єдності так, як і лексична чи просодична когерентність.

Слід зазначити, що діалогічна єдність конститується багатьма чинниками. Ними виступають: комунікативна інтенція; логіко-семантична когерентність; комунікативна цілісність; граматична, лексична і просодична когерентність [5, с. 15]. В основі діалогічної єдності знаходиться певна логічна форма думки (логічна єдність, текстове судження).

Таким чином, в результаті розгляду впливу комунікативних інтенцій на діалогічне мовлення ми дійшли висновку, що специфіка їх функціонування певною мірою залежить від діалогічної єдності, адже комунікативна інтенція пов’язана з такими факторами як: мотивація, приплив інформаційних імпульсів, досвід, прогнозування результатів висловлювання, соціолінгвістичний та паралінгвістичний фактори, індивідуальні відмінності у мовленнєвому досвіді та мовленнєва ситуація. Для того, щоб досягнути своєї мети у діалогічному мовленні кожний із співрозмовників реалізує свою інтенцію, спонукаючи партнера до певних мовленнєвих дій.

Література

1. Баранов А.Н., Крейдлин Г.Е. Структура диалогического текста: лексические показатели минимальных диалогов // Вопросы языкознания. – 1992. – № 3. – С. 84-93.
1. Зинченко В. Время и мы. Культура и техника // Знание – сила. – 1988. – №2. – С. 65-70.
2. Леонтьев А. А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. – М.: Комкнига, 2005. – 306 с.
3. Леонтьев А. Н. Потребность, мотивы и сознание // XVII международный психологический конгресс: Симпозиум; Мотивы и сознание в поведении человека. – М.: Просвещение, 1966. – С. 79–105.
4. Михайлов Л.М. Грамматика немецкой диалогической речи. – М.: Высшая школа, 1986. – 110 с.
1. Психология. Словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошев-

ского. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.

2. Такташова Т.В., Коток Е.В., Степаненко О.В. Русский язык в речевых ситуациях: Учебное пособие по русскому языку для учащихся национальной школы. – М.: НИИ УРД АПН СССР, 1991. – 127 с.

УДК 811.111'373.611

О.В. Розводовська,

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
м. Львів*

СПОСОБИ МОРФОЛОГІЧНОГО СЛОВОТВОРУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ БІЗНЕСУ

Стаття присвячена дослідженню способів морфологічного словотвору в сучасній англійській мові бізнесу, зокрема афіксального засобу творення терміноодиниць даної терміносистеми.

The article is devoted to the analysis of the methods of morphological word-formation in the present-day English language of business.

Економічний текст, зокрема текст у сфері бізнесу, представляє собою особливий вид, тобто спеціалізовану різновидність спілкування між людьми, які можуть не знати один одного, але повинні спілкуватися відповідно до норм даного соціуму, позаяк комунікація здійснюється в заданих рамках статусно-рольових відносин. Соціальний інститут представлений сферою економіки і економічних відносин, і його інституційний характер проявляється, в першу чергу, у використанні специфічної підмови, тобто сукупності певного типу лексичних одиниць, які сприяють стратегії стандартизації.

Головною і домінуючою одиницею професійного спілкування є термін як основний структурний компонент тексту, що виконує ряд функцій. Найважливішими з них є інформативно-пізнавальна, комунікативна, яка забезпечує взаєморозуміння між представниками певної галузі знань, і функція накопичення професійних знань [2].

Актуальним питанням сьогодення є систематизація англійських терміносистем окремих галузей і вивчення різних аспектів їх утворення та функціонування у системі мови.

Англійська мова сфери бізнесу та економіки продовжує привертати увагу вітчизняних і зарубіжних дослідників. Лінгвісти досліджують окремі аспекти *економічної термінології* (М.В. Белозьоров, 2003; О.В. Глоба, 2002; В.Л. Іщенко, 2002;) та її підсистеми, такі як