

meliorative (based on the addresser's desire to mitigate negative consequences of his/her actions), cooperative (presupposes the desire to avoid any kind of discrimination and ensure communicative cooperation), preventive (the use of euphemisms as an alternative to the old taboos). The author stresses attention on the ambiguous influence of euphemisms on the society. The conclusion offers suggestions for future research on euphemisms in political discourse in terms of cognitive linguistics and the mechanisms of human perception.

Key words: euphemism, political discourse, addresser, addressee, multifunctionality.

Стаття надійшла до редакції 20.01.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – д. пед. н., доц. Мукан Н. В.

УДК 811.111'42

Н. Г. Гуменюк

ПРАГМА-КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО ДІЛОВОГО ЛИСТА

Розгляд текстів ділового листування не є новим у лінгвістиці. Ділові листи підлягали розгляду з різних точок зору [1; 2; 3; 4]. Актуальність цієї роботи полягає в тому, що тексти ділового листування англійської мови будуть розглянуті в комунікативному аспекті з виділенням їх лексико-синтаксичних особливостей.

В своїй роботі ми розглядаємо ділові листи англійської мови як тексти, які відносяться до офіційно-ділового стилю [5, с. 247 – 251], які є засобом спілкування держав; держави з окремою особою, підприємством, установою і суспільством в цілому; засобом офіційного спілкування людей у певній сфері виробництва, обслуговування.

В цьому сенсі, доречною є класифікація текстів ділового листування на листи-прохання (request letters), запити (inquiries), пропозиції (offers), відповідні листи (replies), супровідні листи (follow-ups), супровідні листи при грошових переказах (remittances and cover-up letters), листи посилення (referrals), проміжні листи (stop gap letters), відповіді на запити (inquiry replies), відмови (refusals), листи подяки (thank-you letters), листи вибачення (excuses), листи-запити на отримання роботи (job-application letters), замовлення (orders) [3].

З іншого боку, тексти ділового листування є не лише засобом спілкування, але й продуктом цього спілкування, є відбиттям певного дискурсу.

Як відомо, кожна людина (мовець, адресант, говорючий, пишучий, автор) створює своє повідомлення (текст) не тільки з метою

про щось повідомити, але й з метою вплинути на співрозмовника (адресата, слухачого, читаючого) для виконання ним певних дій, потрібних мовцю, тобто з метою досягнення адресантом своїх прагма-комунікативних цілей. В цьому сенсі, кожний дискурс і текст як засіб його відбиття має певну ілокутивну силу [6, с. 151 – 170].

Тексти ділового листування англійської мови можуть мати декілька ілокутивних сил при домінуванні однієї з них. В цьому сенсі, є доречною класифікація текстів ділового листування англійської мови на тексти з домінуючою інформативною функцією, текстів з домінуючою функцією впливу та текстів з домінуючою контактною функцією (функцією налагодження відношень) [4, с. 9 – 11]. Як відомо, наявність адресанта (відправника інформації), адресата (отримувача інформації) та наявність третіх осіб, про яких йдеться у повідомленні, є обов'язковою.

Наявність комунікантів ділових листів зумовлена самою структурою ділових листів, яка є не жорсткою, але обов'язковою. Ця структура передбачає наявність дати, адреси відправника і отримувача інформації, підписа отправника листа, наявність компліменту та звертання, а також саме інформаційне поле листа. Таким чином, учасники комунікації експліцитно присутні в тексті кожного ділового листа з огляду на структуру листа.

Як відомо, учасникам комунікації, адресанту та адресату, притаманні певні відношення, які регламентуються певними правилами комунікативної поведінки, які, в свою чергу, можна звести, в термінах Ліча, до 4 максим:

- максима схвалення: мінімально висловлюй несхвалення співрозмовнику;
- максима скромності: мінімально висловлюй схвалення самому собі;
- максима згідності: зводь до мінімуму незгоду з співрозмовником;
- максима якості: намагайся висловлювати правду [7, с. 136].

Дотримання правил комунікації є обов'язковим елементом у відношенні між адресатом і адресантом. Порушення цих правил може призвести до образи, до непорозуміння, і, навіть, до припинення відносин між учасниками комунікації.

Саме з урахуванням правил комунікативної поведінки адресант накреслює лінію своєї поведінки, формуючи стратегічні і тактичні завдання впливу на адресата, саме з урахуванням цих правил адресант створює своє повідомлення (текст), використовуючи весь можливий мовний арсенал.

Правила комунікації ділового листування зобов'язують використовувати комплімент щодо отримувача листа. Саме тому в англійських ділових листах ми зустрічаємо такі компліменти як: Dear Sir..., Dear Mr..., Sincerely yours, Yours faithfully... та інші.

Прагматичний компонент англійського ділового листа забезпечується наявністю в текстах ділового листування лексики з позитивною конотацією. Наприклад, *convenient, pretty, grateful, considerable, to appreciate, with enthusiasm* та інші.

Аналіз англійських текстів ділового листування показав, що ці тексти характеризуються високою кількістю прикметників та прислівників найвищого ступеня порівняння. Так, в цих текстах ми зустрічаємо: *I should much appreciate it ..., With kindest regards..., We would very much like...* та інші.

Тексти ділового листування англійської мови містять велику кількість інтенсифікаторів, які підсилюють позитивне значення. Наприклад, *I am awfully sorry..., I greatly appreciate ..., extremely happy* та інші.

Використання лексики з позитивним значенням, інтенсифікаторів значення та найвищого ступеня порівняння прикметників та прислівників орієнтують учасників комунікації на позитивний результат їх спілкування – досягнення угоди сторін по деяким питанням.

Прагма-комунікативний компонент англійських ділових листів досягається створенням в цих текстах дейктичних полів: дейктичного поля мовця (*I/we – now – here*), дейктичного поля співрозмовника (*you – now – there*) та дейктичного поля третіх осіб (*he/ she/it/ they – then - there*), які надають текстам ділового листування певного ступеня авторитетності та об'єктивності та орієнтують учасників комунікації на співробітництво [8, с. 103 – 144].

Правила комунікації забороняють відкрито спонукати адресата до дії, але в ділових листах це можна зробити у ввічливій формі, у формі прохань з використанням *should, would*.

Наприклад, 1) *We should be most grateful to have your reply as soon as possible...*

2) *Would it be possible to meet you either in Moscow or in St. Petersburg to discuss this further?*

На синтаксичному рівні текстам ділового спілкування англійської мови характерне використання стверджень і питань при домінуванні стверджень. Кількість імперативних форм в текстах ділового листування є обмежено, що зумовлене правилами комунікативної поведінки.

Як правило, імперативні форми висловлювання в текстах ділового листування використовуються з пом'якшувачем значення «*please*», надаючи їм значення бажаності, прохання. Наприклад, *Please review this offer of employment, sign the note of acceptance at and return to myself*.

В текстах відповідей на запит зустрічається достатня кількість імперативних форм з досить категоричним значенням потреби, вимоги. Це зумовлене розподілом соціальних ролей у відношення між отримувачем і відправником листа, де відправник листа відповіді має більш високий ступінь авторитетності, ніж його отримувач. Наприклад,

You must wait till the sale of it will be announced publicly so all the candidates will have chances to buy it.

Текстам ділового листування англійської мови характерне використання достатньої кількості умовних речень, серед яких умовні нереальні (умовні бажаності) превалюють. Це свідчить про некатегоричний характер ділових листів з намаганням порозумітися з адресатом листа по деяким питанням. Наприклад, I should be very grateful if you could indicate a convenient day and hour.

Особливістю англійських ділових листів є використання речень з Present Perfect, Present Continuous, Future Indefinite. Наприклад, 1) I have just completed a GNVO Intermediate Part One in Hospitality...(Present Perfect); 2) We are running into considerable difficulties over the problem of financing our supermarket (Present Continuous); 3) I shall try to ring you up again tonight and arrange to meet you before you leave for London (Future Indefinite). Часові форми Present Perfect, Present Continuous є елементом розмовного стилю. Використання їх у текстах ділового листування створює ефект діалогічної співбесіди між адресантом і адресатом, сприяючи тим самим налагодженню довірливих стосунків між комунікантами. Використання Future Indefinite та Present Continuous в текстах ділового листування англійської мови орієнтує комунікантів на плідну співпрацю в майбутньому. Наприклад, 1) Our Export Manager is visiting England in May and plans to be in London by May 10-th; 2) I shall pay you another visit.

Таким чином, англійські тексти ділового листування мають комунікативну спрямованість і націлені на інформування адресата про щось, на налагодження з ним контакту та на виконання ним певних дій, потрібних адресанту. З цією метою адресант листа використовує цілий арсенал мовних засобів, серед яких засоби лексичного та синтаксичного рівней. В подальшому досить цікавим є розгляд прагма-комунікативних особливостей кожного з типів ділових листів англійської мови.

Список використаної літератури

- 1. Веселов П. В.** Аксиомы делового письма: культура делового общения официальной переписки / П. В. Веселов. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 1993. – 74 с.
- 2. Гуринович В. В.** Деловая переписка на английском языке : [учеб.-справ. пособ]. / В. В. Гуринович. – Минск : Харвест, 2003. – 256 с.
- 3. Кожина М. Н.** Язык деловой переписки / М. Н. Кожина. – М. : Просвещение, 1993. – 224 с.
- 4. Скібицька Т. В.** Типологічні та лінгвопрагматичні аспекти ділового листа (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис... на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук / Т. В. Скобицька. – Львів, 2007. – 16 с.
- 5. Мороховский А. Н.** Стилистика английского языка : учебник. – А. Н. Мороховский, О. П. Воробьева, Н. И. Лихошерст. – К. : Выща школа, 1991. – 272 с.
- 6. Серль Дж.** Что такое речевой акт? / Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVII : Теория речевых актов. –

C. 151 – 170. 7. **Leech G. N.** Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London : Longmans, 1983. – Vol. XII. – 250 p. 8. **Гуменюк Н. Г.** Дейктические маркеры как фактор, влияющий на реализацию категории оценки (на материале англоязычной прессы и рекламы): дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Гуменюк Наталья Григорьевна. – К., 1996. – 169с.

Гуменюк Н. Г. Прагма-комунікативні особливості англійського ділового листа

Робота присвячена розгляду англійських текстів ділового листування в комунікативному аспекті з виділенням їх лексико-синтаксичних особливостей. Згідно матеріалу роботи, комунікативно-прагматична компонента ділових листів на лексичному рівні досягається використанням компліменту до отримувача листа, лексики з позитивним значенням, використанням прикметників і прислівників найвищого ступеня порівняння, створенням у текстах дейктичних полів. На синтаксичному рівні прагма-комунікативна компонента ділових листів забезпечується домінуванням стверджень і запитань, наявністю достатньої кількості умовних речень та речень певних часових форм.

Ключові слова: адресант, адресат, текст, дискурс, ілокутивна сила.

Гуменюк Н. Г. Прагма-коммуникативные особенности английского делового письма

Робота посвящена рассмотрению английских текстов делового письма в коммуникативном аспекте с выделением их лексико-синтаксических особенностей. Согласно материалу работы, коммуникативно-прагматический компонент текстов деловых писем на лексическом уровне обеспечивается использованием комплимента к получателю письма, лексики с позитивным значением, использованием высшей степени сравнения прилагательных и наречий, созданием в текстах дейктических полей. На синтаксическом уровне прагма-коммуникативный компонент текстов деловых писем обеспечивается доминированием утвердительных и вопросительных форм, достаточным количеством условных предложений и предложений определенных временных форм.

Ключевые слова: адресант, адресат, текст, дискурс, иллокутивная сила.

Humenyuk N. H. Pragmatic-Communicative Peculiarities of the English Business Letter

The given article is devoted to the problem of lexico-syntactical peculiarities of the English business letters in accordance with the communicative aspect of language. The material of the article is based on the classification of the English business letters texts according to their dominant illocutive force of the text. The communicative-pragmatic component of the text on the lexemic level is realized through the usage of the compliment to the

receiver of the letter, through the usage of the language units with positive meaning, the usage of the Attributes and Adverbs of the Superlative degree of comparison, through the usage of the intensificators and the creation of the deictic fields in the text. The pragma-communicative component of the text on the syntactical level is realized by the dominant usage of statements and questions, by the usage of the Conditional sentences and sentences with the Present Perfect, Present Continuous, Future Indefinite Tense. The prospects of further investigation are underlined in the given work.

Key words: addressor, addressee, text, discourse, illocutive force.

Стаття надійшла до редакції 03.02.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – к. філол. н., доц. Недайнова І. В.

УДК 81'255.4:821.111 Висоцький

О. С. Клименко, Н. І. Климова, Т. В. Максимова

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРІВ
ВОЛОДИМИРА ВИСОЦЬКОГО З ЦИКЛУ
«АЛІСА В КРАЇНІ ЧУДЕС» НА АНГЛІЙСЬКУ МОВУ**

Останнім часом зростає увага і зацікавленість сучасної лінгвістичної і перекладознавчої науки до проблематики адекватного перекладу поетичних творів відомого російського поета ХХ століття Володимира Висоцького з циклу про «Алісу в Країні чудес». Дана тема висвітлює проблеми перекладу оказіональних слів та виразів, а також проблему перекладу на англійську мову трансформованих фразеологічних одиниць, якими рясніють твори Висоцького. Актуальність даного питання полягає в тому, що Висоцький створив свої твори з даного циклу, опираючись на казку англійського письменника Льюїса Керролла. Вірші Висоцького ґрунтуються на каламбурах, фразеологічних трансформаціях, оказіоналізмах. Але дані твори мають глибокий підтекст, який може розпізнати лише наш співвітчизник. Ще один факт актуальності даної статті полягає в тому, що існує мало перекладів віршів Висоцького про «Алісу» англійською мовою.

Проблемами перекладу творів Володимира Висоцького на англійську мову займалися такі перекладачі, як О. Вагапов, Л. Пургіна, С. Рой, Г. Токарев, В. Чистяков тощо. Кожний з цих перекладачів зробив чимало перекладів віршів Висоцького, але проблем перекладу творів з циклу про Алісу майже ніхто не торкнувся. Питанням інтертекстуальності в поезії Висоцького займалися М. Антонова, В. Ізотов, Т. Ковальова, М. Рудник. Детально проблему трансформованих фразеологічних одиниць досліджувала Н. Малишева.