

Summary
Ruslana Melnyk
Statistical Techniques in Lexiko-Semantik Research
(on the Material of LSG of Adjectives
with the Meaning «Diligent, Hard-Working»)

The article deals with the effective statistical techniques of data processing and peculiarities of their use in linguistics for the analysis of lexico-semantic microsystems. The material of the study of LSG of adjectives with the meaning of «diligent, hard-working» presents specific examples of the application of certain statistical techniques: determining the weight of a component in the semantic structure of the dominant; calculation of relative sampling error; χ^2 - criterion; correlation analysis.

Key words: *statistical methods, lexical-semantic group of adjectives, compatibility, syntagmatic relations, paradigmatic relations.*

Дата надходження статті: «03» грудня 2019 р.

Дата прийняття до друку: «11» січня 2020 р.

УДК 811.112.2'42

DOI: 10.31475/fil.dys.2020.10.26

ТЕТЯНА ПЕШКОВА,
кандидат філологічних наук, доцент
(м. Хмельницький);
ЮЛІЯ ЯКИМЧУК,
кандидат психологічних наук, доцент
(м. Хмельницький)

**Типи мовленнєвого впливу у діловій німецькомовній
кореспонденції та комунікації**

Стаття спрямована на дослідження мовленнєвого впливу у межах сучасної ділової комунікації. Подано опис прямого, непрямого та прихованого мовленнєвих впливів, розглянута їх специфіка у діловій кореспонденції та розмовах, проаналізовано їх особливості.

Ключові слова: *мовленнєвий вплив, ділова комунікація, ділова кореспонденція, типи мовленнєвого впливу*

Постановка проблеми в загальному вигляді... Розуміння мовленнєвого впливу пов'язане з розумінням мовленнєвого спілкування. Якщо розглядати мовленнєве спілкування, як складний

багатоплановий процес встановлення контакту між адресатом та адресантом, який здійснюється за допомогою засобів мови [1: 12, 2: 3], тоді кожний акт спілкування відносно його направлення на ті чи інші зміни суб'єктивних характеристик адресата, може визначатися як мовленнєвий вплив [3, 4], а такі зміни суб'єктивних характеристик – як ефект мовленнєвого впливу.

Аналіз досліджень і публікацій... Проблема мовленнєвого впливу (або ефекту мовленнєвого впливу) вивчається вченими вже давно, ще Аристотель писав про мовленнєвий вплив. Цією проблемою в різний час займалися О.П.Воробйова, А.Г.Баранов, Б.М.Величковський, І.В.Бліннікова, Л.А.Кисельова, А.А.Леонт'єв, Дж.Серль та ін.

У зв'язку з цим актуальність обраної теми дослідження пов'язана з загальним зростаючим інтересом до проблеми системи мовленнєвих дій, загальною метою якої є проникнення у глибинні, приховані смисли тексту. Для дослідження мовленнєвого впливу ми обрали тексти ділової кореспонденції та ділових розмов. Діловій комунікації притаманні такі загальні стилістичні риси, як точність, стандартизованість вираження, логічність, об'єктивність, не емоційність, стереотипність, конкретність, безособовість, ясність, строгість.

Формування цілей статті... Основною комунікативною функцією ділової комунікації є встановлення взаємовідносин двох сторін, тому аналіз даної статті має на меті певні тенденції розгортання та особливості типів мовленнєвих дій у діловій німецькомовній комунікації. У запропонованій статті ми зосереджуємо увагу на трьох типах мовленнєвих дій: прямому, непрямому та прихованому.

Отже, об'єктом дослідження є ділова комунікація, як письмова, так і мовленнєва; предметом виступають граматичні, композиційні та змістові категорії.

Вклад основного матеріалу... Прагмалінгвістичному підходу до тлумачення мовленнєвого впливу найбільш близькі підходи теорії мовленнєвого впливу. Відповідно до цих підходів, мовленнєвий вплив, як одна з складових мовленнєвого спілкування має свою кінцеву мету: побороти захисний бар'єр адресата. Що ж ми розуміємо під захисним бар'єром адресата? В процесі спілкування люди взаємодіють один з одним та координують свою мовленнєву поведінку згідно умов конкретної ситуації, своїх намірів та потреб. Адресант впливає на адресата для того, щоб другий отримав ту чи іншу позицію в спільній чи індивідуальній діяльності комунікантів [5, с. 222–223; 6, с. 21–27]. Адресат має свої особисті наміри і тому не завжди готовий вести себе у відповідності з планами адресанта. Для того щоб не зашкодити своїм

інтересам та не підпасти повністю під виконання планів адресанта, адресат захищає себе та свої інтереси, так званим, захисним бар'єром. Подолання цього бар'єру адресантом та вплив на поведінку адресата, виконуються на основі вербальних знакових систем і є, згідно з вищеназваною теорією, мовленнєвим впливом. Мовленнєвий вплив є системою мовленнєвих дій, що виконуються адресантом з метою впливу на адресата. У зв'язку з тим, що цілі адресанта можуть бути прямими, непрямими та прихованими, мовленнєвий вплив також поділяють на прямий, непрямий та прихований.

Прямий мовленнєвий вплив відповідає відкритій (прямій) меті та намірам адресанта. В процесі спілкування прямий вплив характеризується наявністю мовних засобів, що звертаються до адресата та спонукають його до відповідної реакції. Наприклад, присудок, що представлений дієсловами у наказовому способі, означає дії до яких адресант спонукає потенційного адресата.

- *Fräulein Albrecht, Sie bearbeiten den Auftrag Izmir für eine Gasreinigungsanlage. Wie ist unsere Preisstellung für diese Anlage?*

- *Den der Türkei hergestellten Teil der Anlage liefern wir frei Baustelle. Die Maschinen und Apparate aus deutscher Fertigung frei Grenze BRD oder alternativ fob deutscher Nordseehafen.*

- *Was wiegt denn die ganze Anlage?*

- *Etwa siebenhundert Tonnen.*

- *Das ist keine Kleinigkeit!*

- *Ja, und einige Teile haben Übermaße.*

- *Da müssen Sie rechtzeitig mit dem Spediteur Verbindung aufnehmen, damit er die Genehmigung für Lademaßüberschreitungen einholen kann. Wir können also per Bahn und auf dem Seeweg liefern.*

- *Theoretisch auch per LKW, aber das kommt ja bei siebenhundert Tonnen Liefergewicht kaum in Frage.*

- *Bei einer Ladekapazität von zirka fünfundzwanzig Tonnen pro Waggon müssen wir mit fast dreißig Waggonen für diese Lieferung rechnen. So gesehen wäre eine Verschiffung vielleicht doch die bessere Lösung...*

- *Dann müßte ich natürlich versuchen, eine größere Partie zusammenzustellen, damit wir eine günstige Seefracht bekommen.*

- *Ja, sicher. Am besten rechnen Sie die Sache durch. Bei Versand per Bahn könnte man Transportkosten einsparen.*

В письмовому діловому тексті поряд з відкритими інформацією, оцінкою та закличком до дій, можуть міститися непрямі інформація, оцінка та заклички, за допомогою яких автор здійснює непрямий мовленнєвий вплив. Якщо автор тексту обирає для непрямого

мовленнєвого впливу мовні засоби, він керується, прийнятими в суспільстві мовленнєво-жанровими нормами. Ці засоби, зазвичай, відомі адресату. Але для того щоб інтерпретувати ці засоби, адресат повинен здійснити додаткові дії (наприклад, аналіз мовних засобів, автор може відсилати адресанта до його асоціативного тезаурусу, будуючи асоціативні зв'язки між дійсностями). Розуміння непрямого мовного впливу тісно пов'язане з розумінням непрямої комунікації. Під непрямою комунікацією, у таких випадках розуміється змістовно ускладнена комунікація, в якій розуміння змісту того чи іншого висловлювання піднімається до розуміння змісту, що потребує додаткових інтерпретаційних зусиль зі сторони адресата.

- Denken Sie an das mehrmalige Umladen der Waren im Hafen von Hamburg und das Entladen im Hafen von Izmir. Das verursacht Kosten, die uns bei Bahntransport nicht entstehen.

- Natürlich, da hätten wir nur eine Beladung und eine Entladung.

- Es käme hinzu, daß wir bei Seetransport auch eine seemäßige Verpackung vorsehen müßten, und die ist wesentlich teurer als die bahnmäßige Verpackung. Hat der Kunde es mit der Lieferung eilig?

- Ja, sogar sehr eilig.

- Dann wird er sich auf jeden Fall für den Bahntransport entscheiden. Bei einer Verschiffung müßten wir die Ware erst nach Hamburg befördern, dazu käme die Zeit für den Umschlag, und von Hamburg nach Izmir ist auch ein langer Weg. Mit der Bahn haben wir das Material in vier Tagen in der Türkei.

- Mit dem Schiff würden wir sicher zehn Tage brauchen ... Ich schreibe dem Kunden einen Brief und erkläre ihm die Vor- und Nachteile der Verschiffung im Vergleich zum Bahntransport.

Так в наведеному прикладі, співрозмовники обговорюють тему, згадуючи типові ситуації, дають поради використовуючи граматичну форму Кон'юнктив (умовний наказовий спосіб). Дуже цікавим є той факт, що зазвичай у таких ділових розмовах першій частині діалогу притаманний прямий мовленнєвий вплив, а другий – непрямий.

Аналізуючи мовні засоби для прямого та непрямого мовленнєвого впливу, адресант задає правила читання-розуміння тексту та створює ряд можливостей для його інтерпретації. В такому випадку кінцева інтерпретація тексту адресатом залежить від його творчої участі: досвіду, освіти, настрою та інших суб'єктивних факторів; адресат, сам стає джерелом змісту, накладаючи свою особисту схему інтерпретації.

Що стосується прихованого мовленнєвого впливу, то такий акт відноситься до неусвідомленої та стереотипної актуалізації автором

тексту мовних знаків. Це поняття тісно пов'язане з мовленнєвою поведінкою адресанта тексту, і саме тому потрібно вивчати типи мовленнєвих впливів в рамках визначених типів комунікацій. Лист-резюме, наприклад, складається з типових складових: теми листа, причини написання резюме, висловлення надії та готовності до плідної співпраці.

Bewerbung als Bürokauffrau / Ihr Stellenangebot in der WAZ vom 22.11.2019

*Sehr geheimer Herr Nüske,
in Ihrer Stellanzeige vom 22. November suchen Sie eine Bürokauffrau.
Ich möchte mich gern um diese Stelle bewerben.*

Ich bin vor zwei Monaten mit meiner Familie aus Pfaffenhofen nach Wuppertal gezogen. Deshalb suche ich jetzt eine Stelle im Ruhrgebiet.

Ich habe bei der HIPP AG eine Ausbildung zur Bürokauffrau gemacht und war danach vier Jahre bis Dezember 2018 bei der HIPP AG als Bürokauffrau in der Marketing- und Vertriebsabteilung angestellt. Neben regelmäßigen betriebsinternen Fortbildungen habe ich im letzten Jahr eine Prüfung in Business English abgelegt.

Ich habe gelernt, im Team zu arbeiten und auch in Stresssituationen den Überblick zu behalten. Meine besondere Stärke sind, dass ich mich schnell in neue Aufgabenbereiche einarbeiten kann.

Ich denke, dass meine bisherige Berufserfahrungen auch in Ihrem Betrieb von Nutzen sein können, und würde mich freuen, wenn Sie mir Gelegenheit zu einem persönlichen Gespräch geben würden.

Mit freundlichen Grüßen

Tatjana Fuchs

Так, наприклад в листі-запиті використовуються стереотипні звертання, вирази вдячності та побажань.

Betr.: Frachtanfrage

Sehr geehrte Herren!

Wir bitten um Angabe der niedrigsten Frachtrate für 7000 t Eisenerz von Bone, Algerien, nach Lübeck, Verschiffung November. Teilen Sie uns bitte gleichzeitig mit, welches Schiff Sie uns zur Verfügung stellen können. Falls es Ihnen möglich ist, die erste Hälfte des kommenden Monats für die Verladung festzusetzen, wären wir Ihnen besonders dankbar.

Mit freundlichen Grüßen

Висновки... Проведений аналіз ділової кореспонденції та комунікації уможливив простежити особливості характеру мовленнєвих впливів. Таким чином, можна зробити висновок, що в діловій

кореспонденції переважають прямий та прихований мовленнєвий впливи, а в ділових розмовах – прямий та непрямий.

Перспективним напрямом у подальших дослідженнях виступає вивчення мовленнєвої діяльності та мовленнєвої поведінки ділової німецькомовної комунікації.

Список використаних джерел і літератури:

1. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): автореф. дисс... доктора филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 / АН СССР, Ин-т. Рус .яз. Москва. 1989. 48с.
2. Васильева С.А. Синтез смысла при создании и понимании текста. Київ: Наукова думка, 1988. 240 с.
3. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата. Київ: Вища школа, 1993. 200 с.
4. Жуков Ю.М. Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю.М. Жукова и др. Москва: Смысл: Изд. Центр «Академия», 1996. 377 с.
5. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск 16. *Лингвистическая прагматика*. Москва: Прогресс, 1985. С.217-237
6. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. О. А. Гульги; сост. В.В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова; вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. Дейк Т.А. *Когнитивные и речевые стратегии выражения этнических предубеждений*. Москва: «Прогресс», 1989. С. 294-300.
7. Самолук В., Філіпєв А., Мартинюк Р. Основы правознавства: навч. посібник. Острого: Вид-во Нац.ун-ту «Острозька академія», 2006. 253 с.

References:

1. Baranov A. N. Linguae theoria argumentation (cognitiva accessus): autoref. Diss... doctor philological Scientiarum. Scientiarum: 10.02.01, 10.02.19 / USSR Academiae Scientiarum, In-t. Rus .yaz. Moscow. 1989. 48 s.
2. Vasy`leva S.A. Sy`ntez smysla pry` sozdany`y` y` pony`many`y` teksta. Ky`yiv: Naukova dumka, 1988. 240 s.
3. Vorob`eva O.P. Tekstovyye kategory`y` y` faktor adresata. Ky`yiv: Vy`shsha shkola, 1993. 200 s.
4. Zhukov Yu.M. Vvedeny`e v prakty`cheskuyu socy`al`nyuyu psy`xology`yu / Pod red. Yu.M. Zhukova y` dr. Moskva: Smysl: Y`zd. Centr «Akademy`ya», 1996. 377 s.
5. Grajs G.P. Logy`ka y` rechevoe obshheny`e / Novoe v zarubezhnoj ly`ngvy`sty`ke. Выпуск 16. Ly`ngvy`sty`cheskaya pragmaty`ka. Moskva: Progress, 1985. S.217-237
6. Dejк T.A. Yazyk. Poznany`e. Kommun`kacy`ya / per. s angl. O. A. Gulygy` ; sost. V.V. Petrova; pod red. V.Y`. Geras`ymova; vstup. st. Yu.N. Karaulova y` V.V. Petrova. Dejк T.A. Kogny`ty`vnye y` rechevye strategy`y` vyrazheny`ya etny`chesky`x predubezhdeny`j. Moskva: «Progress», 1989. S. 294-300.
7. Samolyuk V., Filipyev A., Marty`nyuk R. Osnovy` pravoznavstva: navch. posibny`k. Ostrog: Vy`d-vo Nacz.un-tu «Ostroz`ka akademiya», 2006. 253 s.

Summary

Tetiana Peshkova, Yulia Yakimchuk
Forms of Speech Influence in the Framework of German Business
Correspondence and Conversations

The article aims to investigate speech influence in the framework of Modern German business communication. It provides the description of direct, indirect and latent speech influences, examines specific character of there influences in business correspondence and conversations, analyses their peculiarities.

Key words: *speech influence, business communication, business correspondence, forms of speech influence*

Дата надходження статті: «05» листопада 2019 р.

Дата прийняття до друку: «03» грудня 2019 р.

УДК 811.161.2.276.1“18”

DOI: 10.31475/fil.dys.2020.10.27

ТЕТЯНА СУКАЛЕНКО,

кандидат філологічних наук

(м. Ірпінь)

Дескриптивний аналіз лінгвокультурного типуажу з соціальною домінантою «чиновник» у художньому дискурсі

У статті проаналізовано поняттєві та образно-перцептивні характеристики канцелярських, судових і поштових чиновників, представлених в українській літературі ХІХ ст. Класифіковано чиновництво за такими групами: канцелярські чиновники (канцелярист, секретар, реєстратор, столоначальник, письмоводитель, секретар, писар); судові чиновники – суддя, підсудок, писар в земському суді, секретар суду; поштові чиновники. Встановлено, що в описі канцелярських чиновників релевантними є зовнішні, внутрішні моральні, мовні та релігійні характеристики. Акцентовано увагу на внутрішніх моральних характеристиках судових чиновників ХІХ ст., провідними рисами яких були схильність до доносів і хабарництво. Закцентовано увагу на описі поштових чиновників, представлених у творах підавстрійських письменників, які зображені як активні учасники виборів, політичного життя.

Ключові слова: *лінгвокультурний типаж «чиновник», канцелярські чиновники, судові чиновники, поштові чиновники, поняттєві характеристики, образно-перцептивні характеристики, дескриптивний аналіз.*