

Кудинова В. И.

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/2-2/31.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (21): в 3-х ч. Ч. II. С. 74-76. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/2-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ли менее знакомы опрашиваемым: *золовка* - 46 (70%), *шурин* - 48 (72%) правильных ответов, *деверь* - 38 (57%). Больше всего трудностей вызвали термины *сват* и *сватья* - всего по 27 (40%) правильных ответов для каждого определения.

Таким образом, наш эксперимент подтверждает выводы исследователей [Моисеев 1963; Трубачев 1959] о том, что в современном русском языке некоторые слова устаревают и уходят из активного запаса. Это касается, прежде всего, слов *сноха*, *сватья*, *сват*, *золовка*, *деверь*, *свояченица*, *шурин*, *свояк*. Их значение известно не всем носителям русского языка. Значения же таких слов, как *невестка*, *тесть*, *свекровь*, *свекор* понятны всем, однако они постепенно уходят из активного употребления и в речи заменяются синонимичными словосочетаниями «жена сына» или «мать мужа».

Современная употребительная лексика русского языка обслуживает только малую семью, состоящую из ближайших родственников, обычно живущих вместе. Идет вытеснение нерасчлененных наименований аналитическими обозначениями и по семантике и по форме. В русском языке создается современная оригинальная система родства, основанная на обобщенном значении термина и метода универсального написания (родной дядя, двоюродный дядя и т. д.), который ничего общего не имеет с классификационным методом. Тот же процесс в литературном языке захватил и старые термины свойства, которые, правда, оказались более устойчивыми, чем термины родства по крови. Но и они стали заменяться чисто описательными терминами. Практически не употребляются в русской речи слова: *деверь*, *шурин*, *золовка* и т. д. Вместо слова *деверь* теперь предпочитают говорить «брат мужа», вместо слова *шурин* - «брат жены» и т. д.

В настоящее время наиболее распространенным типом семьи является нуклеарная двухпоколенная семья, состоящая из родителей и детей, поэтому семантические значения терминов дальнего родства и свойства постепенно вымываются из обиходного речевого употребления, а в словарях обозначаются как устаревшие.

Список использованной литературы

1. **Асланов Л. А.** Культура и власть. Философские заметки. - М., 2001.
2. **Власова И. В.** Брак и семья у русских (XII - начало XX века) // Русские / Отв. ред. В. А. Александров, И. В. Власова, Н. С. Полищук. - М., 2005. - С. 416-432.
3. **Моисеев А. И.** Термины родства в современном русском языке // Филологические науки. - 1963. - № 3. - С. 120-132.
4. **Трубачев О. Н.** История славянских терминов родства и некоторых древнейших терминов общественного строя. - М., 1959.

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

Кудинова В. И.

Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого

Деловая коммуникация и корреспонденция как одна из ее форм обеспечивают разнообразные области человеческой деятельности и составляют основу существования таких сфер, как: дипломатия, коммерция, международное экономическое, научное и культурное сотрудничество. В настоящее время в связи с расширением общественных международных контактов, интернационализацией экономической активности, унификацией систем делопроизводства, а также созданием новых видов связи значительно возрос объем деловой речи, и возникли качественно новые формы деловой коммуникации. Потребность в фиксации и анализе этого пласта речи в какой-то мере удовлетворена за счет появления многочисленных учебников и справочников по коммерческой переписке, деловому этикету, культуре делового общения и т.п. Однако практические пособия по деловой коммуникации (*Geschäftskommunikation/ Business Communication*) не могут компенсировать недостаточную теоретическую разработанность рассматриваемой проблемы.

Деловая корреспонденция, представляя официально-деловой функциональный стиль, в то же время является частью эпистолярной культуры. В лингвистической литературе нет устоявшегося определения этому явлению - в равной мере говорят о виде словесности/ пласте речи/ стиле/ жанре/ субкоде, которые рассматриваются недифференцированно. Феномен деловой корреспонденции рассматривается как тип межличностной письменной коммуникации и является опосредованным диалогом, составляющим обмен текстами-репликами: деловыми бумагами документного, рекламного, производственного и частного характера.

Изучение проблемы жанров деловой корреспонденции основывается на таких филологических исследованиях как: теории речевых жанров М. М. Бахтина, основополагающих идеях В. В. Виноградова, разработках в области документных жанров А. Н. Качалкина, а также прагматическом анализе целевой структуры дискурса (Дж. Серль, П. Стросон, Е. И. Беляева, М. Я. Гловинская и др.), социально-ролевой теории (В. Д. Девкин, В. И. Карасик, Е. Ф. Тарасов, Т. Б. Крючкова, R. Hermann-Winter, S. Ervin-Tripp и др.) с привлечением экстралингвистической информации. На основе релевантных для деловой корреспонденции конститутивных признаков сложного жанра выделяют три сложных жанра деловой корреспонденции: документные жанры, рекламные жанры и деловые эпистолярные жанры/ деловые эпистолярии (деловые письма полуофициального характера, которые созданы индивидуальными авторами, открыто выражающими свою волю и намерения, и направлены к конкретному адресату). Данные жанры объединяются и различаются по признаку «Самоназвание: есть /нет или нерегулярно». Самоназвание закрепляет юридическую силу текста, офици-

альные документы имеют обязательную маркировку. Такова, например, номенклатура финансовых документов в немецком языке: *Preisliste/Invoice, Handelsrechnung/Faktura, Proformarechnung, Scheck/Verrechnungsscheck, Kassenbeleg Kontoeröffnungsantrag, Überweisungsauftrag*. Отсутствие самоназвания или нерегулярные самоназвания характеризует деловые письма полуофициального, частного характера. Рекламные письма не показывают полной определенности относительно этого признака: для большинства РЖ типично отсутствие названий; некоторые маркируются нерегулярно (*Rundschreiben, Bestellkarte, Coupon/Formular, Lager, Liefer- und Stockliste*). Одной из главных причин является нежелание составителя раскрывать жанр своего послания, чтобы не вызвать у получателя желания избавиться от назойливой рекламы.

В отношении деловых жанров признак «сфера функционирования» конкретизируется экстралингвистическими параметрами и наиболее существенным является способ передачи информации. Официальные документы: договоры, финансовые документы, юридические акты и выданные государственными органами или нотариатом бумаги, имеют юридическую силу только в оригинальном виде и потому передаются по такому каналу связи, как обычная почта, экспресс-почта, курьерская служба и т.п. ДЭ и РЖ, специфические ДЖ (*Proformarechnung*), значимы и в копии, могут быть переданы по факсу и e-mail.

Документные жанры представляют собой образцы классического делового стиля, поскольку соответствуют критериям: 1) стереотипности и стандартизованности речи, 2) информационной полноты и точности, не допускающей интолеранции, 3) ясности высказывания, 4) нормированности и нейтральности средств выражения. Рекламные жанры совмещают элементы делового, газетно-публицистического и собственно рекламного стиля, отличаются художественной образностью и обладают большой воздействующей силой. Деловые эпистолярные закрепляют эпистолярную разновидность официально-делового функционального стиля. Следует отметить достаточную степень экспрессивности текстов ДЭ. Открытое самовыражение в ДЭ связано с тем, что фактор подготовленности уступает место фактору спонтанности речи, что способствует возможности использования экспрессивных и эмотивных средств. Т.к. деловые письма как и акты живого коммуницирования несут в себе элементы спонтанной речи, то неизбежны ошибки, оговорки, опуски.

С семиотических позиций для деловых эпистолярных жанров как и для документных жанров характерны наличие и использование собственной номенклатуры аббревиатур, графических сокращений, спецсимволов и знаков. Важнейшая содержательно-графическая характеристика делового жанра - формуляр. Формуляр делового текста складывается из его реквизитов, т.е. обязательных элементов, несущих какие-либо сведения, и составляющих его внешнюю материальную форму. Известны типовые формуляры и трафаретный, лежащий в основе финансовых документов: *Handelsrechnung/Faktura, offene Rechnung, Kontoeröffnungsantrag*. Трафаретный тип формуляра - это нормативно установленный содержательно-графический вид текста с заранее отпечатанной унифицированной постоянной информацией и пропусками для заполнения переменной информацией, которая характеризует конкретную ситуацию, отраженную данным документом. Если неправильное оформление документов может повлечь их недействительность, а ДЭ будет свидетельствовать о непрофессионализме делового коммуниканта, то для текстов РЖ не существует традиции использования формуляра.

Для сложных жанров релевантным является учет межличностных отношений коммуникантов. При всем разнообразии отношений между адресантом и адресатом можно выделить три варианта отношений: адресант/автор выше по статусу; адресат/получатель выше по статусу; адресант и адресат равны по статусу. Документы, закрепляют «неравноправный» тип отношений. В финансовых документах представлен первый вариант; в прошениях, заявлениях - второй вариант. Для участников деловой переписки в целом характерен «равноправный» тип отношений.

Выделяются деловые тексты, имеющие а) одну или несколько коммуникативных задач, т.е. обладающие простым замыслом; и б) сложную иерархию коммуникативных задач, т.е. обладающие сложным замыслом. Документы характеризуются однозначным, определенным, явно выраженным замыслом автора-составителя. Это - тексты с одной доминирующей задачей или простым набором коммуникативных задач (документы, решающие несколько вопросов). Договор стоит отдельно среди прочих ДЖ, так как обладает сложным комплексом коммуникативных намерений. Рекламные тексты обладают сложным коммуникативным замыслом, их интенциональная сложность объясняется тем, что РЖ по своему назначению выполняют несколько коммуникативных задач: сообщить, завязать контакт, заинтересовать, произвести наилучшее впечатление; в их иерархии невозможно выделить доминирующую коммуникативную задачу. Эпистолярные представлены текстами как со сложным, так и простым коммуникативным замыслом. Жанры с простым однозначным замыслом - это рабочие, текущие письма: сообщение, запрос, указание.

Деловые эпистолярные противостоят документным жанрам, различаясь по четырем признакам; рекламным жанрам они, напротив, близки, и различаются по двум признакам: стиль и формуляр. По признаку «коммуникативный замысел» ДЭ не показали определенности: подобно документам, ряд из них обладает простым замыслом, другие же, подобно письмам рекламного характера, - сложным коммуникативным замыслом. Такой признак как самоназвание позволил представить более детальную классификацию сложных жанров деловой корреспонденции, т.е. представить их как набор простых жанров.

На основе таксономии речевых жанров была осуществлена двухступенчатая классификация речевых жанров деловой корреспонденции. Первая ступень классификации позволила представить деловую корреспонденцию как систему функционирующих сложных жанров. Это - документные жанры, рекламные жанры и занимающие центральное положение деловые эпистолярные. Каждый из этих жанров в свою очередь пред-

ставлен системой простых речевых жанров. Вторая ступень классификации деловой корреспонденции базируется на таком признаке как самоназвание, что позволяет наиболее четко представить интенциональную природу каждого простого речевого жанра.

Список использованной литературы

1. Качалкин А. Н. Жанры русского документа допетровской эпохи. - М.: МГУ, 1988. - Ч. 2. Филологический метод анализа документов. - 119 с.
2. Наер Н. М. Стилистика немецкого языка: Учеб. пособие. - М.: Высшая школа, 2006. - С. 28-29.
3. Рахманин Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. - М.: Высш. школа, 1988. - 3-е изд., испр. - 239 с.
4. Чигридова Н. Ю. Классификация текстов деловой корреспонденции (на материале немецкой коммерческой корреспонденции) // Научно-методическая конференция Института управления, бизнеса и права: Докл. на науч. конф. - Ростов н/Д: Изд-во ИУБиП, 1997. - С. 101-111.
5. Чигридова Н. Ю. Речевое поведение и коммуникативные роли авторов деловых писем // Межвуз. сб. науч. тр. «Личность, речь и юридическая практика». - Ростов-на-Дону: ДЮИ, 1999. - С. 77-82.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА ПРЕДИКАТНО-АРГУМЕНТНОГО АНАЛИЗА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

Кузьмина С. Е., Солоницына Е. С.

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова

Рассмотрение вопросов интерпретации высказывания, выявления его объективного содержания - всегда актуальная задача для лингвистов и специалистов в смежных областях, в частности в области лингвокриминалистики. Известно, что правильность толкования высказывания в юридическом дискурсе имеет большое значение, поскольку при решении тех или иных задач юридического характера недопустимы неточности, ошибки в понимании, так как они могут иметь весьма негативные последствия. Важно не допускать проникновения в тексты, используемые в правовой сфере, двусмысленных предложений, способных получить различные семантические интерпретации. Кроме того, представляется, что эксперт-лингвокриминалист должен уметь и четко объяснить содержание высказывания или обосновать возможность его различных интерпретаций, используя для этого данные и терминологический аппарат различных отраслей лингвистики, в том числе синтаксической семантики.

В настоящей статье описываются возможности применения к толкованию содержания высказываний юридического дискурса метода предикатно-аргументного анализа.

Выбор метода не случаен: с одной стороны он определен неослабевающим вниманием со стороны как отечественных, так и зарубежных лингвистов к проблеме семантической структуры предложения, ролевой характеристики актантов, типологии предикатов, а с другой - тем фактом, что использование данного метода предполагает анализ моделируемой предложением ситуации. Выявление же особенностей ситуации в сущности есть выявление особенностей денотативного компонента семантики предложения - его собственно-информативного содержания.

Метод предикатно-аргументного анализа используется в рамках логического направления в лингвистической семантике. Согласно этому направлению основное содержание предложения составляет пропозиция, отражающая ситуацию действительности и имеющая предикатно-аргументную структуру [Аругюнова 1976; Богданов 1977; Степанов 1981; Сузов 1973б; Чейф 1975; Fillmore 1968 и др.]. Аргументы соотносятся с предметами и ситуациями, участвующими в описываемой предложением экстралингвистической ситуации, и выполняют семантические функции, которые соответствуют ролям партиципентов ситуации. Предикат отображает свойства участников ситуации и отношения между ними. В математической логике пропозиция отражается формулой $P(X, Y, Z, \dots)$, где P - предикат, а X, Y - аргументы данного предиката.

В соответствии с описанным пониманием семантики предложения, для интерпретации его содержания исследуется предикатно-аргументная структура пропозиции, разрабатываются классификации предикатов и семантических функций аргументов. В лингвистике известны разнообразные типологии аргументов и предикатов, отличающиеся по степени подробности, используемой терминологии и классификационным критериям. Наибольшее распространение получили классификации предикатов и аргументов, основывающиеся на признаках внеязыковых ситуаций и признаках отображаемых аргументами предметов.

Наиболее известные классификации предикатов строятся на таких признаках, как «постоянность / временность связи признака с предметом», «статичность / динамичность», «длительность / мгновенность», «предельность / неопредельность», «контролируемость/неконтролируемость ситуации некоторым субъектом» и т.п. Эти признаки отражают разные характеристики реальных ситуаций - отнесенность ситуации к категории времени, особенности участников ситуации, способы ее протекания. На основании подобных признаков традиционно выделяются предикаты качества, состояния и процесса, а среди последних - действия, события, процессы в узком смысле, деятельности.

При выделении семантических функций аргументов обычно принимаются во внимание признаки отображаемых ими предметов, или партиципентов ситуации. Так, можно исходить из того факта, что одни пред-