

І. П. Борковська,

Національний технічний університет України «Київський Політехнічний інститут», м. Київ

КЛІШЕ ЯК СТАНДАРТИЗОВАНА МОВНА ОДИНИЦЯ ТЕКСТІВ ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТІВ

У статті розглядається актуальна проблема мовних кліше у текстах ділових документів, дається загальне визначення основних ознак мовних кліше, висвітлюються чинники, що впливають на функціонування мовних стереотипів. Була проаналізована типологізація клішованих одиниць за різними ознаками: за ознакою розташування; за ознакою ввічливості; за тематикою. У роботі приділена увага мовним кліше, які мають назву «ситуативна» лексика. Продемонстровані приклади кліше ділових документів, які різняться за кількістю фраз.

Ключові слова: мовні кліше, стереотипні одиниці, штамп, усталені вислови, кліше-речення, комерційна ситуація.

CLICHE AS STANDARDIZED LANGUAGE UNIT OF TEXTS DOCUMENTS

In the article the actual problem of speech cliché is considered in the texts of business documents. It is given a general definition of the main features of speech clichés and highlighted factors, affecting the function of the speech clichés. It was analyzed clichéd typology units on different grounds: on the basis of location; on the basis of politeness; on the thematic principal. The characteristic feature of thematic group is directing to commercial situation, whereas the previous groups of cliché are sent to the recipient. Thematic cliché are examined and divided into groups depending on the business situation. It is analyzed linguistic clichés called «situational» vocabulary. It was shown the examples of the cliché of business documents, which differ in the number of phrases.

Dividing cliché of business documents by the number of sentences has led to the conclusion that the most common units are cliché-phrases and clichés- sentence. The article deals with questions of language cliché functioning in the context of their structure. Noun-cliché dominates over verbal clichés due to the nominal nature of business texts. In business documents can be found examples cliché as stable pairs, consisting of elements and synonymous with alliterative connection. The article gives examples both neutral business standards and conversational clichés for typical business letters.

Keywords: language clichés, stereotype unit, stock phrase, standard utterance, clichés-sentences, a commercial situation.

КЛИШЕ КАК СТАНДАРТИЗОВАННАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЕДИНИЦА ТЕКСТОВ ДЕЛОВЫХ ДОКУМЕНТОВ

В статье рассматривается актуальная проблема речевых клише в текстах деловых документов. Дается общее определение основных признаков речевых клише, освещаются факторы, влияющие на функционирование речевых стереотипов. Была проанализирована типология клишированных единиц по разным признакам: по признаку расположения; по признаку вежливости; по тематике. В работе уделено внимание языковым клише, которые называются «ситуативной» лексикой. Продемонстрированы примеры клише деловых документов, которые различаются по количеству фраз.

Ключевые слова: языковые клише, стереотипные единицы, штамп, стандартные высказывания, клише-предложения, коммерческая ситуация.

Дослідження мовних кліше не вважається на сьогодні найбільш розробленою темою вітчизняної лінгвістики. Однак кліше, як мовні одиниці активно використовуються в письмовій мові бізнесу. Для працівників, які працюють з діловою кореспонденцією, вивчення кліше є особливо важливим, оскільки саме вони творять діловий документ, який сприймається адресатом. Якість та стиль написання, вживання при цьому відповідних мовних засобів впливають на успіх досягнення домовленостей між бізнес-партнерами.

Актуальність обраної теми стає очевидною після опрацювання сучасних досліджень в діловій сфері. Часто використовувани мовні кліше залишаються малодослідженими, особливо ті «живі» кліше, що використовуються працівниками при складанні ділових листів та договорів.

В останні роки ми спостерігаємо наукове зацікавлення проблематикою кліше. Різними аспектами кліше займалися вітчизняні і зарубіжні лінгвісти: З. Гур'єва, М. Котюрова, О. Кубрякова Ю. Матюхіна, Л. Гнатюк, Д. Розенталь та інші.

Наукова новизна роботи полягає, насамперед, у здійсненні системного аналізу застосування кліше ділової сфери. Новою є спроба класифікації кліше згідно з функціонально типологією.

Загальнонаукове значення роботи визначене тим, що отримані результати сприяють глибшому розумінню чинників використання мовних кліше у діловому спілкуванні. Висновки виконаного дослідження суттєво доповнюють теорію української лінгвістики новими класифікаціями кліше ділової сфери, зокрема в ділових листах, впливу правильного використання їх для ефективності спілкування і досягнення запланованого адресантом ефекту.

Тексти ділових документів, які відносяться до офіційно-ділового стилю, вирізняються серед текстів інших стилів своєю стандартизованістю, стабільністю і консервативністю. Горшков А.І. про ділові документи зазначав: « про ділові папери зазвичай говорять, що вони складаються, а не пишуться» [1, с. 271]. Однак, слід зазначити, що це стосується перш за все ядерних жанрів – законодавчих документів. В реальному житті в тексти ділових документів і особливо в ділові листи проникають різноманітні художні засоби, слова із наукової і професійної сфери. Тобто, відбувається інтенсивний взаємовплив функціональних стилів. « Офіційно-діловий стиль замкнутий, в який тяжко проникнути іншим стилям. Але сам (точніше – типові для нього слова і вирази) активно проникає в ...інші стилі і в розмовну мову» [1, с. 271]. Звідси слідує, що діловий стиль не такий вже й замкнутий, адже включає лексичні одиниці із інших стилів – терміни, звороти, книжкову лексику і т. д.

З іншої сторони, слід зазначити, що офіційно-діловий документ повинен бути складений таким чином, щоб він точно відповідав своєму призначенню, дотримувався відповідного стилю, мав юридичну силу, чітку структуру і був зручний при читанні [4, с. 37]. В офіційно-ділових документах дуже часто зустрічаються часто повторювальні стереотипні вирази, які дозволяють оперативним обмінюватись інформацією. Такі словосполучення називають кліше або канцеляризм. До основних характеристик кліше можна віднести: стійкість словосполучення, відтворюваність та однозначність. Кліше є конструктивною одиницею тексту, полегшує процес спілкування, є нейтрально-нормативним явищем.

На думку деяких вчених слід розрізняти кліше і штампи, оскільки штампи мають узагальнене, стерте значення і використовуються, як правило, коли мовець хоче виразити свою думку неконкретно, приблизно. А тому основні характеристики штампів – це бездумне повторення, стерта семантика. Штамп порушує мовні норми і відноситься не до лінгвістичних, а до психологічних явищ [4, с. 37]. Хочеться додати до цього і думку Ф. Белларда, який виступав проти так званих «декоративних» кліше і заохочував використання «корисних» кліше, які прискорюють побудову і розуміння речення [5]. Логічним висновком такої думки є те, що тексти ділових документів наповнені саме «корисними» кліше, які повністю виконують свою функцію.

На сучасному етапі вивчення мовних одиниць офіційно-ділового стилю різниця між цими групами мовленнєвих формул залишається нечіткою, а тому ми будемо притримуватись думки, що ці терміни – синоніми, якщо вони виражають одне і те ж, або близьке значення.

При аналізі текстів ділових документів було помічено, що на 80% документи складаються із кліше і це є типовим прикладом ділового листування.

Ми загалом погоджуємося із класифікацією Зоріної Т.П., яка виділила типи кліше ділової кореспонденції, але ми вважаємо, що її можна доповнити за рахунок кліше ввічливого типу. З огляду на це, представимо наступну класифікацію кліше текстів ділових документів:

– композиційні шаблони, які характерні для початку і кінця різних типів документів. Їх структура стала настільки типовою, що для таких текстів застосовуються готові бланки, в які заносяться певна інформація – назва фірми, кількість товару і т. д.;

– штампи-речення, які можуть слугувати частиною повідомлення на початку і в кінці документу, або вони можуть виконують функцію з'єднання при переході однієї думки до іншої;

– номенклатурні позначення – слова або словосполучення термінологічного характеру: назва комерційних операцій, процесів і т. д.;

– специфічна лексика комерційної діяльності, яка має загальний характер [3, с. 163–172].

– кліше ввічливого типу.

Для аналізу кліше ми склали класифікації кліше за різними ознаками:

– за ознакою розташування;

– за ознакою ввічливості;

– тематичні.

За ознакою розташування віднесемо початкові, спонукальні та заключні кліше. Проілюструємо приклади початкових: *in connection with a possible engagement, the purpose of this contract, it is hereby agreed between, we refer to the loan agreement, we refer to recent discussions between representatives, I have to confirm, I have to inform you, to ensure all possible outstanding accounts*; спонукальних: *you will provide us with certain confidential information, the commissioning party has to announce, we look forward to your early decision on this proposal, please sign in the space provided below, return to us 2 (two) signed counterparts, any process should be delivered*; та заключних: *as witness the hands of the parties the day and year first before written, in witness whereof, I have signed my name on the date first above written, this Agreement is executed in two copies, accepted and agreed, if you are in agreement with the foregoing*.

Для аналізу кліше за ознакою ввічливості слід згадати, що такого типу кліше мали раніше, з одного боку, офіційний характер, а з іншого – емоційний, із значенням демонстрації поваги та відданості: *Yours faithfully, Very truly yours, we are such obliged to*. В наш час такі кліше виконують лише функцію регулювання відносин в діловій сфері. Кліше ввічливого типу – це перш за все коректне звертання та прощальна фраза, які характерні для всіх ділових документів. Однак, існують і інші кліше, які застосовуються для початкової фрази листа і саме вони можуть вплинути на ступінь переконання адресата. Наприклад, в листах підтвердження і листах зобов'язання поширеними вступними фразами були посилання на попередню зустріч: *We refer to recent discussions between representatives.* або посилання на попередню подію (в нашому випадку відбулося укладення контракту): *We refer to the loan agreement for up to USD 1,000,000 between LLC «Euroterminal», Ukraine (the «Borrower») and European Bank for Development...*

Згідно вищесказаного, ми пропонуємо свою класифікацію кліше, типову для ділових листів:

– кліше звертання;

– кліше звернення;

– завершальні кліше (кліше-запевнення, кліше-висловлювання сподівання, кліше-прохання);

– кліше прощальної фрази.

І нарешті, тематична група є найчисленніша, оскільки направлена на комерційну ситуацію, в той час як попередні типи кліше направлені адресату. Тематичні кліше можна розділити на групи в залежності від комерційної ситуації, від типу листа, договору або іншого ділового документу.

Якщо це угода про надання кредиту, можна проілюструвати наступні приклади кліше: *The Borrower entered into a loan agreement; The Borrower represents and warrants..*

Угода по наданню послуги на допомогу про ведення бізнесу: *...responsible for the rendering of representative and consulting services to the Client, provided by the Company under the Contract, A list of services to be rendered by the Company, To confirm the rendering of services, Advising and assisting the Client, assisting in subsequent fee negotiations.*

Діловий лист щодо продажу акцій та цінних паперів: *...in relation to the sale of all or part of the shares*; діловий лист щодо дотримання конфіденційності попередньої угоди: *We agree to keep as confidential all the information, For the purposes of this letter of confidentiality, information that you may provide to us orally or in writing is of a confidential nature, such retained Confidential Information to be kept confidential in accordance with the provisions hereof.*

У ряді теоретичних робіт такі тематичні кліше називають «ситуативною» лексикою, яка представлена в ситуаціях. До цієї лексики відносяться назви сторін угоди (*parties, internal staff*), шаблонні вирази – кліше (*If you are in agreement with the foregoing, to express thanks*) [2, с. 104].

Встановлено, що всі існуючі кліше поділяються за кількістю фраз а тому, такий же поділ можна провести для кліше ділових документів:

– кліше-фрази (*In connection with a possible engagement; for the purposes of this letter of confidentiality; any dispute arising out of*);

– кліше-речення (*we agree to keep as confidential all the information, you will provide us with in the framework of the Proposed Engagement and the Planned Transaction, under the following terms and conditions; this agreement shall be valid up to 2 (two) years*);

– кліше-тексти або формуляри (*INVOICE № 1 dated 12.02.2014*).

Поділ кліше ділових документів за кількістю фраз привів до висновку, що в текстах ділових документів найпоширеніші кліше-фрази та кліше-речення, причому кліше фрази домінують над кліше-речення у три рази.

За структурним складом представимо наступний поділ:

– іменні кліше: іменник + іменник, іменник + прийменник + іменник, прикметник + іменник: *advisory mandate, implementation of this agreement, authorised representative*;

– дієслівні кліше: дієслово + іменник, дієслово + прийменник + іменник : *retain a copy, involve in a transaction*.

Проаналізувавши дослідницький матеріал, можемо констатувати, що іменні кліше значно переважають (майже у 2 рази) над дієслівними кліше через іменний характер ділових текстів.

В ділових документах можна знайти приклади кліше як стійких пар, які складаються із синонімічних елементів і мають алітераційний зв'язок (*conditions, amendments and addenda*). Слід зазначити, що для ділових листів характерні як нейтральні ділові стандарти (*with regard to, to call to mind*), так і розмовні (*as a matter of fact, a sort of*). Деякі кліше називаються «слова-сигнали» – певні слова і фрази, які є маркерами наступного за ними змісту: *for the purposes of this letter of, in connection with a possible engagement, it is understood that, according to our deal, in consideration* [2 с. 106].

Висновки. Матеріал, проаналізований вище, довів, що для ділових текстів характерно домінування клішованих одиниць різних типів, які виконують функцію текстотворення. Це обумовлено вимогою до текстів ділової сфери презентувати матеріал послідовно, чітко та логічно. До того ж тексти офіційно-ділового стилю мають організовану та надзвичайно стійку структуру, що в поєднанні з клішованими одиницями різних типів дозволяє розглядати ділові тексти як клішовані тексти ділової сфери. Продемонстрований вище матеріал дозволяє зорієнтувати адресанта у виборі відповідних типів клішованих одиниць, композиційних та мовних прийомів. Результати дослідження дозволяють визначити подальші напрямки наукового пошуку: дослідити стилістичний та прагматичний потенціал мовленнєвих кліше в англомовних текстах офіційно-ділового стилю.

Література:

1. Горшков А. И. Русская стилистика. Стилистика тек- ста и функциональная стилистика: учеб. для пед университетов и гуманитарных вузов / А. И. Горшков. – М. : АСТ : Астрель, 2006. – 367 с.
2. Дробкина И. В. Прагмалингвистические аспекты письменного делового общения: На материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции: Дис канд фил.наук: спец.10.02.04 / И. В. Дробкина. – Самара, 2001.
3. Зорина Т. П. Лингвистическая характеристика современной немецкой коммерческой корреспонденции как жанра деловой прозы. Дис. канд. филол. наук. МГПИИЯ им. М. Тореца. спец. 10.02.04 / Т. П. Зорина. – М., 1971 – 233 с.
4. Казанцев, А. И. Особенности перевода клише и штампов официально-делового языка (на материале французского языка) : учеб. пособие / А. И. Казанцев. – Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2002. – 67 с.
5. Partridge E. A dictionary of Clichés / E. Partridge. – London, 1980. – 261 с.

УДК 811.112.2'367.625.43

О. О. Боровська,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НІМЕЦЬКИХ ПАРТИЦИПІВ У РАМКАХ ГЕНЕРАТИВНОЇ ГРАМАТИКИ

Статтю присвячено розгляду та аналізу методів дослідження німецьких партиципів у рамках генеративної лінгвістики. З'ясовано особливості та принципи наукового пошуку у генеративній теорії; висвітлено можливості та обґрунтовано переваги застосування цих методів для вивчення та опису граматичного статусу німецьких партиципів; визначено ключові моменти синтаксичного аналізу; розроблено методіку дослідження німецьких партиципів згідно принципів генеративного синтаксису.

Ключові слова: партицип, генеративна граматики, клауза, трансформаційний аналіз, структурно-функціональний метод, теорія принципів та параметрів.

METHODOLOGY OF RESEARCH OF GERMAN PARTICIPLES WITHIN GENERATIVE GRAMMAR

The article is devoted to the study and analysis of research methods of German participles in the frame of generative linguistics. The peculiarities and the principles of scientific inquiry within generative theory have been outlined. The transformational analysis, the structural-functional method and the modular approach have been characterized. The potential and the advantages of applying these methods for study and description of the grammatical status of German participles have been defined and substantiated. The key lines of the syntactic analysis have been specified: the syntactic behavior of participles and their constructions in the sentence, that is the syntactic role in the surface structure and determining the functional-semantic equivalents; the syntactic structure and the peculiarities of argument environment of participles; interrelation of the main and the participial clause; the position of participles in the sentence depending on their syntactic role. The procedure of study of German participles in accordance with the principles of generative syntax has been developed.

Key words: participle, generative grammar, clause, transformational analysis, structural-functional method, theory of principles and parameters.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕМЕЦКИХ ПАРТИЦИПОВ В РАМКАХ ГЕНЕРАТИВНОЙ ГРАММАТИКИ

В статье рассматриваются и анализируются методы исследования немецких партиципов в рамках генеративной лингвистики. Определены особенности и принципы научного поиска в генеративной теории; выявлены возможности и преимущества применения этих методов для изучения и описания грамматического статуса немецких партиципов; разработана методика исследования партиципов в соответствии с принципами генеративного синтаксиса.

Ключевые слова: партицип, генеративная граматики, клауза, трансформационный анализ, структурно-функциональный метод, теория принципов и параметров.

Одним з ключових питань лінгвістики є проблема методології. Серед найбільш загальних лінгвістичних методів, які можна назвати парадигмальними, виділяють порівняльно-історичний, структурний, функціональний та конструктивний, кожному з яких властива своя розгалужена система прийомів дослідження й опису мов [7, с. 52]. Поява *генеративної лінгвістики* – одного з варіантів формальної граматики – ознаменувала корінний перелом у методології наукового пошуку: від філософського біхевіоризму до вивчення внутрішніх механізмів взаємовідношень мови і мислення [1, с. 17]. Ідеї та принципи *генеративної (породжувальної, або трансформаційної) граматики* були розвинені американським ученим Н. Хомським. Він запропонував перейти від практики суворого й точного опису матеріалу у вигляді списків одиниць і відповідних для них відношень до розв'язання пояснювальних завдань – вияву законів, що становлять основу будь-якої мови