

Буторина Елена Петровна

**КОНВЕНЦИИ В ДЕЛОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

В статье обсуждаются конвенции делового интернет-дискурса на русском языке. Основное внимание автор уделяет анализу различных видов соглашений на уровнях культуры, языка и речи. Рассматриваются особенности текстов в Сети, обусловленные новым каналом передачи информации (Интернет) и новой аудиторией адресатов (глобальная коммуникация).

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/12.html](http://www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/12.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 9 (27): в 2-х ч. Ч. II. С. 54-56. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2013/9-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

## ANALYSIS OF SYNONYMOUS ROW OF CONCEPT "ANGST" IN THE GERMAN LANGUAGE

Bulatova Alsu Magsumovna

Kazan' (Volga Region) Federal University  
ksu1056@mail.ru

In this article the author conducts a component analysis of synonymous row of the concept –*Angst*” in the German language. The data of the German-language synonymous and also etymological dictionaries are used as factual material. Basing on the synonymic rows given in dictionaries the author undertakes the attempt to present her own lexical-semantic field of the emotion –*Angst*”. The aim of our study is to analyze synonymous units from the point of view of semantics, stylistic characteristic, and stylistic essence; to reveal the common semantic features that make up the core of the notion *Angst* on the basis of definitional and component analyses of the lexeme meanings included in the synonymous row of the word *Angst*.

*Key words and phrases:* synonymy; emotional concept –*Angst*”; synonymous row; lexical-semantic field; component analysis; synonymous unit; lexical analysis; semantic analysis.

УДК 811.161.1'276

**Филологические науки**

*В статье обсуждаются конвенции делового интернет-дискурса на русском языке. Основное внимание автор уделяет анализу различных видов соглашений на уровнях культуры, языка и речи. Рассматриваются особенности текстов в Сети, обусловленные новым каналом передачи информации (Интернет) и новой аудиторией адресатов (глобальная коммуникация).*

*Ключевые слова и фразы:* интернет-коммуникация; деловой дискурс; русский язык; институциональный дискурс; конвенции.

**Буторина Елена Петровна**, к. филол. н., доцентРоссийский государственный гуманитарный университет  
elenabutorina@yandex.ru**КОНВЕНЦИИ В ДЕЛОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ<sup>©</sup>**

*Статья подготовлена при поддержке Программы стратегического развития РГГУ.*

Язык по природе своей конвенционален, поэтому в лингвистике подход к феноменам и явлениям языка с точки зрения конвенций используется давно: на то, что язык – это результат соглашения, указывал ещё Аристотель. По представлениям Ф. де Соссюра [8], конвенции пронизывают всю систему языка, реализуясь в различных аспектах речевой деятельности. Конвенциональную природу языка с опорой на семантику и синтактику рассматривал Ч. Моррис [11].

Конвенции понимаются нами вслед за М. В. Колтуновой как «имплицитные по своей природе нормы, усваивающиеся личностью в процессе социализации» [5, с. 8].

При обсуждении конвенционального речевого поведения мы опираемся на определение дискурса как актуализованной в речевом контексте совокупности текстов, которые, помимо общей темы, объединены экстралингвистическими факторами, включающими конкретные условия протекания коммуникации, особенности канала общения, социальные характеристики участников взаимодействия, невербальные средства общения и т.п. [6].

Особое внимание уделяется институциональному деловому дискурсу. Институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений [4], т.е. понятие институциональности базируется на использовании конвенций в деловых коммуникациях.

Конвенции деловой культуры согласуются с конвенциями культуры в целом. Ю. М. Лотман отмечал, что «...текст может существовать (т.е. быть социально осознан как текст), если ему предшествовал другой текст, и любой развитой культуре должна была предшествовать развитая культура» [6, с. 76]. Так, представителями лингвокультурологической школы под руководством В. И. Карасика показана многоаспектная связь употребляемых в деловой речи концептов ЗАКОН, СОБСТВЕННОСТЬ, ПРЕСТУПЛЕНИЕ и др. с системой паремий русского языка [1]. Именно эта укоренённость семантики и прагматики деловой речи в общезыковой культуре является причиной трудностей перевода как сферы межкультурного, а не только межъязыкового взаимодействия.

Существуют разные проявления реализации в тексте конвенционального речевого поведения: стереотипы, клише, фразеосхемы, сценарии, нормы и др. Субъект коммуникации выбирает сообщество, конвенции которого он использует в конкретной ситуации. Правила такого выбора тоже не произвольны, хотя и не всегда кодифицированы. Они представляют собой систему и проявляются на разных уровнях речевого взаимодействия [3].

Представляется, что понятия *канон, конвенция, стереотип, постулат, ритуал, модель поведения, сценарий, скрипт, стратегия, фрейм* лежат в сфере культуры. Понятия *клише, речевой штамп и фразеосхема*

относятся к фактам речи. Понятие *норма* применимо к феноменам и механизмам языка. Таким образом, можно рассматривать процесс порождения делового текста как реализацию набора интенций при помощи некоторых культурных соглашений. В тексте эти соглашения находят текстовое воплощение в виде феноменов второй группы: *клише, штампов* или *фразеосхем*. Для их выбора и контроля используются *нормы*.

Тексты делового общения задаются набором интенций, описание которых актуально для отображения разного типа соглашений такого текста. Необходимость точного и ясного изложения решений в новых условиях предъявляет свои требования к использованию языка, его описанию и кодификации. Отсутствие подробных, понятных нефилологам описаний многочисленных жанров делового общения [2] делает составление документов затруднительным не только для граждан независимых государств (то, что русский язык не может быть использован для государственного строительства на постсоветском пространстве, постепенно лишает его роли языка международного общения). Отсутствие метаописания документов на русском языке как специфических жанров затрудняет составление деловых текстов и для государственных служащих в пределах Российской Федерации.

«С точки зрения теории речевых жанров, деловое письмо представляет собой стереотип речевого поведения, относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип текста как результат выбора веками накопленных опытом образцов текстов в соответствии с коммуникативными ситуациями, интенциями и с учетом существенных параметров адресанта и адресата» [8, с. 3].

Очевидно, стереотип речевого поведения может быть представлен в виде таблицы соответствия интенций, описания компонентов ситуации и набора вербальных реализаций.

Таблица 1.

## Структура письма-отказа на русском языке

Компонент письма	Вербальная реализация	Компонент Ситуации «Отказ»
<b>1. Обращение</b>	<i>Уважаемый господин Иванов!</i>	компонент «адресат»
Факультативный компонент «Выражение благодарности»	<i>Благодарим Вас за интерес...</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
Факультативный компонент «Определение контекста»	<i>Мы внимательно изучили Ваши предложения...</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
Факультативный компонент «Проявление сочувствия и понимания»	<i>Мы разделяем... Мы, как и Вы, ...</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
Факультативный компонент «Указание на достоинства»	<i>Реализация Вашего предложения позволила бы заметно улучшить ситуацию</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
Факультативный компонент «Объяснение обстоятельств»	<i>Однако в настоящее время...</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
<b>2. Выражение сожаления по поводу отказа</b>	а) вводные конструкции ( <i>К нашему большому сожалению...</i> ); б) главная часть сложного предложения ( <i>С огорчением сообщаем Вам, что...</i> ).	<i>имеет этикетный характер</i>
<b>3. Собственно выражение отказа</b>	а) пассивные конструкции ( <i>«предложение не может быть принято»</i> ), б) конструкции «глагол со значением принуждения + инфинитив со значением отказа» ( <i>«мы вынуждены отклонить»</i> ).	компонент «объект отказа»
<b>4. Информирование о причинах отказа</b>	а) отдельное предложение: ( <i>Наше решение обосновано следующим образом: 1)... 2)... 3) ...</i> ); б) придаточное причины, вводимое союзами « <i>постольку</i> », « <i>так как</i> ». в) выражение сожаления + указание причины + информирование ( <i>С сожалением должен известить Вас о том, что в связи с нехваткой оборотных средств мы вынуждены будем отменить наш заказ...</i> ).	компонент «причина отказа»
Факультативный компонент «Предложение альтернативы»	<i>Предлагаем Вам...</i>	компонент «предложение альтернативы»
Факультативный компонент «Выражение надежды на продолжение сотрудничества»	<i>Пользуясь случаем, выражаем надежду на то, что Ваша следующая попытка будет более успешной</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
<b>5. Выражение надежды на понимание адресата</b>	<i>Прошу Вас с пониманием отнестись к моим доводам...</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
<b>6. Заключительная речевая формула</b>	<i>С уважением,</i>	<i>имеет этикетный характер</i>
<b>7. Подпись</b>	Сокращённая: <i>И. И. Иванов</i> Полная: <i>Генеральный директор И. И. Иванов</i> Развёрнутая: <i>Заслуженный работник культуры И. И. Иванов, лауреат Государственной премии</i>	компонент «адресант»

Структура делового письма представима как набор интенций, идущих в определённой последовательности и выраженных при помощи достаточно стандартного набора вербальных средств. Специфику жанра (деловое письмо) и субжанра (письмо-рекламация, письмо-отказ и т.п.) задаёт сочетание и порядок следования интенций, что, в свою очередь, определяет и другие конвенции и нормы делового текста. Это лингвокультурное знание, если понимать культуру как принятый способ совершения действий, даже если этот способ не всегда осознаётся людьми, совершающими действие.

Интернет-пространство представляет собой часть русскоязычного коммуникативного и когнитивного пространств, которая подчиняется общим закономерностям, но имеет и свои особенности. Общение через государственные границы создаёт возможности для взаимовлияния культур [9], которые проявляются даже в текстах, использующих один и тот же язык – в нашем случае русский. Культура интернет-коммуникации, складывающаяся в ходе процессов интерференции и креолизации культур и обслуживающая различные виды дискурса, в том числе и деловой, оказывает влияние на языковую личность каждого члена сетевого сообщества. Это проявляется в изменении социальных конвенций общения и, как следствие, норм современного русского языка.

Другой причиной изменения речевого поведения являются новые коммуникативные технологии. Это связано как с изменением условий чтения и письма (например, работа с текстом на экране смартфона осуществляется в режиме «один глаз и один палец», т.е. человек в этой ситуации, как правило, гораздо меньше сосредоточен на тексте, чем человек, сидящий за рабочим столом), так и характеристик адресата (например, развитие коммуникации в секторе электронных государственных услуг существенно меняет условия прямого взаимодействия граждан и государственных служащих).

В деловой переписке изменения в условиях интернет-среды касаются прежде всего факультативных компонентов этикетного характера, наиболее тесно связанных с культурой. Это наблюдается в 67% случаев.

#### **Выводы**

Таким образом, текст документа представим в виде структуры, исходной точкой которой выступает набор интенций, которые реализуются по определённому культурному соглашению в виде речевых единиц по правилам языка. Речевые единицы доступны наблюдению, по результатам которого могут быть реконструированы феномены и механизмы культуры и языка. В интернет-коммуникации они имеют свои особенности, связанные с характеристиками канала и аудитории. *Web*-среда открывает новые возможности исследования таких особенностей при помощи статистических инструментов.

#### *Список литературы*

1. **Антология концептов** / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. 332 с.
2. **Богатова Е. Б.** Документный дискурс – «нелюбимый ребёнок» русской лингвистики // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2013. № 6. Ч. 1. С. 40-43.
3. **Буторина Е. П.** Вновь о соотношении терминов *стереотип / клише / штамп / норма / языковой стандарт* и др. в описании речевой коммуникации // *Речевая коммуникация на современном этапе: социальные, научно-теоретические и дидактические проблемы: материалы международной научно-методической конференции: в 2-х ч.* М.: ГОУ ВПО «МГУС», 2006. Ч. I. С. 72-76.
4. **Карасик В. И.** О типах дискурса // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр.* Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
5. **Колтунова М. В.** Конвенции как прагматический фактор делового диалогического общения. М.: Акад. гуманитар. исслед., 2005. 228 с.
6. **Лотман Ю. М.** Культура и взрыв // Лотман Ю. М. *Семиосфера*. СПб.: Искусство-СПБ, 2000. С. 12-149.
7. **Макаров М. Л.** Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
8. **Сосюр Ф.** Курс общей лингвистики. М.: Логос, 1998. 296 с.
9. **Флджян Л. Г.** Об особенностях межкультурной коммуникации в сетевом пространстве // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2013. № 8. Ч. 1. С. 182-185.
10. **Хунмэй Ф.** Жанр делового письма и его субжанры: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2006. 23 с.
11. **Morris Ch. W.** *Signs, Language and Behavior*. N. Y.: Prentice Hall, 1946. 365 p.

#### **CONVENTIONS IN BUSINESS INTERNET COMMUNICATION**

**Butorina Elena Petrovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Russian State University for the Humanities*  
*elenabutorina@yandex.ru*

The article discusses the conventions of business internet discourse in the Russian language. The author pays main attention to the analysis of various types of agreements at the level of culture, language and speech. The features of the texts on the Web, conditioned by a new channel of information transfer (Internet) and new audience of recipients (global communication), are considered.

*Key words and phrases:* internet communication; business discourse; the Russian language; institutional discourse; conventions.