

Эль-Амари Ольга Николаевна

ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматривается деловая переписка как практика языкового выражения коммуникативных целей и интенций на русском языке и обеспечения делового взаимодействия. Автор обосновывает возможность применения интенционального подхода к классификации деловых писем и в этой связи предлагает квалификацию интенций. Разновидности интенций определяются в зависимости от направленности на объект письменной коммуникации, а именно на различные ситуации сторон переписки, ситуацию реального и потенциального взаимодействия.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/61.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 12(54): в 4-х ч. Ч. I. С. 213-216. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/12-1/

© 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: phil@gramota.net

Сквозь призму метафоры во фразеологической единице немецкие и русские молодые люди преломляют оценку внешности, характера и поведения человека, восприятие окружающих его объектов действительности, протекающих процессов как внутри человека (физиологических, психологических), так и внешних (физических, природных). С помощью метафор современные молодые люди в России, и Германии пытаются связать понятия о предметах, явлениях одной области с понятиями другой области, используя накопленный опыт и личные эмоции, ощущения. Метафоризация всегда субъективна, поскольку свобода переноса зависит от воображения и жизненного опыта говорящего, фокусирующего внимание слушающего на тех признаках, которые отвечают условиям подобия. Чтобы понять метафору, надо осознать, какие стороны, свойства обозначаемого объекта актуализируются в ней и как они поддерживаются возникающими ассоциациями.

Список литературы

1. **Арутюнова Н. Д.** Алогичность метафорических полей // Русский язык сегодня: сборник научных статей / отв. ред. Л. П. Крысин. М.: Азбуковник, 2003. С. 22-41.
2. **Словарь молодежного сленга** [Электронный ресурс]. URL: <http://slovo.yaxy.ru/14.html> (дата обращения: 06.10.2015).
3. **Jugendsprache** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sprachnudel.de> (дата обращения: 06.10.2015).
4. **Neuland E.** Jugendsprache. Tübingen: Narr Francke Attempo Verlag, 2008. 210 S.
5. **Nordmann N.** Jugendkultur, Subkultur und Szene – Adoleszenz in einer pluralistisch-medialen Welt [Электронный ресурс]. URL: <http://nilsnordmann.de/blog/?p=272> (дата обращения: 06.10.2015).
6. **Rohrer T.** To Plow the Sea: Metaphors for Regional Peace in Latin America // Metaphors and Symbolic Activity. 1991. P. 163-181.

ON THE NATURE OF METAPHORICAL IMAGES OF THE PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE GERMAN AND RUSSIAN YOUTH SLANG

Shcherbina Valentina Evgen'evna, Ph. D. in Philology
Orenburg State University
wjatschina@rambler.ru

The article is devoted to the comparative analysis of the phraseological units of the German and Russian youth slang the internal image of which is based on metaphor. The researcher identifies the metaphorical images, discovers the linguocultural peculiarities of their usage and functioning in the structure of the phraseological units of the German and Russian youth slang and describes the basic types of motivation of the phraseological units. The analysis justifies the close relation of metaphors to the worldview of a linguocultural community.

Key words and phrases: metaphor; metaphorical image; type of motivation; phraseological unit; youth slang; linguocultural specifics.

УДК 811.161.1

Филологические науки

В статье рассматривается деловая переписка как практика языкового выражения коммуникативных целей и интенций на русском языке и обеспечения делового взаимодействия. Автор обосновывает возможность применения интенционального подхода к классификации деловых писем и в этой связи предлагает квалификацию интенций. Разновидности интенций определяются в зависимости от направленности на объект письменной коммуникации, а именно на различные ситуации сторон переписки, ситуацию реального и потенциального взаимодействия.

Ключевые слова и фразы: деловая переписка; письменная коммуникация; коммуникативная интенция; интенциональность; адресант; адресат.

Эль-Амари Ольга Николаевна

Высший институт языков Туниса, Тунис
helemina@mail.ru

ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Деловая переписка представляется как основа, на которой образуется умение построить в первую очередь письменные коммуникативные взаимоотношения и в дальнейшем вести партнерские отношения в определенной

сфере бизнеса. Вопросами изучения письменной коммуникации в современной лингвистике занимались многие исследователи (А. А. Акишина, Л. Афанасьева, Ю. А. Бельчиков, П. В. Веселов, М. В. Кирсанова, Т. М. Лагутина, В. И. Максимов, А. С. Матвеева, Л. П. Щуко и др.), тогда как классификации деловых писем с точки зрения интенционального подхода было уделено недостаточно внимания (Фэн Хунмэй). Вместе с тем письма в деловой коммуникации можно рассматривать как практику языкового выражения коммуникативных целей и интенций в организации и обеспечении информационных связей и делового взаимодействия. Тексты писем по своей сути являются основной составной частью письменной коммуникации. С нашей точки зрения, значимым является рассмотрение данных текстов с целью выделения мотивационных аспектов письменной речевой деятельности адресанта, что, в частности, определяет изучение речи исходя из категории интенциональности.

Категория интенциональности зарождается еще в учении Аристотеля об актуализации способностей, т.е. деятельности, и его эстетике выражения, в частности, при использовании структурного принципа рассмотрения всякого предмета, вещественного и умственного [3, с. 199], и уже терминологически присутствует в философии Фомы Аквинского как интенциональные, т.е. направленные, акты души, которые всегда имеют содержание [4]. В соответствии с таким пониманием интенциональности приписывается значение направленности сознания человека на определенный предмет. В этом случае интенция не служит первопричиной создания речевого акта, иными словами, необязательно соотносится с целью выразить мысль с помощью языковых средств, и поэтому не является коммуникативной интенцией. Когда же интенция приобретает план языкового выражения, в устной или письменной форме, она становится предметом изучения в лингвистике. И именно в теории речевых актов у Г. Грайса, Дж. Остина, Дж. Серля, П. Стросона интенциональность закрепляется как лингвистическое понятие.

Так, Дж. Серль констатировал, что «Интенциональность есть то свойство многих ментальных состояний и событий, посредством которых они направлены на объекты и положения дел внешнего мира» [6, с. 96], и описывал различные интенциональные состояния (например, веру, убеждение, желание, симпатию, неприязнь, сомнение, удивление, виновность, одобрение, стремление и т.д.), исходя из того, что интенциональность первична по отношению к языку.

В психолингвистике интенция рассматривается как побудительная сила, которая служит достижению коммуникативных целей: «В субъективном плане активность, направленная на экспрессию психологического содержания, находящегося в сознании, представляет собой намерение высказаться, т.е. речевую интенцию» [5, с. 192]. Иначе говоря, говорящий, или в нашем случае пишущий, вкладывает в продуцируемую речь свои намерения, для чего он использует различные формы языкового выражения. Выбор формы зависит от индивидуальной интенциональности субъекта коммуникации, т.е. особенностей предмета коммуникации и отношения к нему. У А. А. Леонтьева речевую интенцию (намерение), т.е. направленность сознания, воли, чувства индивида на какой-либо предмет (а именно на предмет речевой деятельности), порождает мотивация, тем самым интенция понимается как один из этапов порождения высказывания (наряду с мотивом – исходным моментом, или «источком», высказывания, а также внутренним проговариванием и реализацией) [2].

В обобщенном виде интенциональность реализуется в конкретных речевых или коммуникативных интенциях, т.е. интенциональность связана с глобальной коммуникативной целью какого-либо высказывания и представлена целым рядом коммуникативных интенций, каждая из которых служит достижению этой цели, и выражается в конкретной словесной и грамматической форме в предложении. Интенциональные основания деловой переписки как жанра письменной коммуникации заключаются не просто в письменном речевом обращении, но и в стремлении коммуниканта (если он изначально ориентируется на успешный результат) создать специфические условия в общении с партнером, такие как доверие, искренность, вовлеченность в дела партнера, принятие мнения партнера, желание оказать помощь. Благодаря подобной интенциональности коммуниканта актуализируется и развивается понимание ситуации, формируется отношение к ней у партнера, вырабатывается ответная реакция и, соответственно, избирается речевое поведение. Исходя из того, что интенциональные основания заложены непосредственно в тексте письма, можно исследовать письменную коммуникацию с точки зрения ее интенциональных характеристик, проявляющихся в конкретных коммуникативных интенциях, и выделить соответствующие типы деловых писем.

Процедура идентификации интенций состоит из двух операциональных этапов: 1) изучение текста письма, его интенциональный анализ; 2) оценочная квалификация интенций, «скрытых» в анализируемых высказываниях, и организация их с целью выделения типов и подтипов деловых писем. Типы писем имеют классообразующий признак – коммуникативную цель, которая возникает в определенной ситуации при потребности в письменном взаимодействии одного коммуниканта с другим или другими коммуникантами. Коммуникативная цель представлена как в отдельной коммуникативной интенции (а в тексте в отдельном высказывании), так и в коммуникативном акте в целом (т.е. в тексте письма).

Интенции можно квалифицировать в зависимости от целевой направленности переписки, исходящей от ее инициатора, т.е. субъекта письменной коммуникации (S1), на ситуации сторон-участников данной коммуникации: 1) на ситуации адресата (A1); 2) на адресата как реального или потенциального субъекта письменной коммуникации (S2), на ситуацию реального взаимодействия адресанта с адресатом (A2); 3) на самоактуализацию адресата (A3).

В зависимости от объекта направленности определяются категории интенций: 1) объекту направленности А1 соответствуют информативная (констатирующая) категория интенций; 2) объект направленности А2 вызывает императивные, побудительные, интеррогативные и контактивные категории интенций; 3) объект А3 предполагает экспрессивную (эмотивную) категорию интенций.

Категориальность интенций определяет их функции в обобщенном виде:

1) информативные категории интенций функционально соотносятся с представлением о ситуации; 2) императивная категория связана с функцией управления, регулирования поведением и состоянием партнера; 3) побудительная категория имеет своей целью побуждение партнера к действию; 4) интеррогативная категория соответствует запросу информации; 5) контактивная категория определяет установление, поддержание, развитие отношений между сторонами коммуникации; 6) экспрессивная категория интенций служит для выражения внутреннего состояния партнера.

Категории коммуникативных интенций определяют классы интенций и, в обобщенном виде, классы деловых писем.

1. Информативная категория формирует классы интенций: 1) информационный. Интенции: сообщение («Доводим до Вашего сведения; Настоящим письмом сообщаем Вам; ...изготовление... приостанавливается до...; декларация на данные продукты будет переоформлена») и др.; 2) аналитический. Интенции: анализ ситуации («...анализировались тенденции изменения основных показателей и структуры баланса и отчета о прибылях и убытках»); 3) убедительный. Интенции: убеждение, переубеждение; 4) аргументативный. Интенции: доказательство («Проект привнес положительные изменения в...; об этом свидетельствуют такие факты»), опровержение, подтверждение («Качество и безопасность продукции, выпущенной по декларации о соответствии № ... гарантируем и подтверждаем ее нахождение в легальном обороте»), обоснование («Снижение нашей фирмой цен – наиболее правильный способ привлечения внимания потребителей к своим товарам»); 5) эвристический. Интенции: выявление проблемы, поиск решения («...чтобы избежать потерь, необходимо...»); 6) оценочный. Интенции: оценка ситуации, выражение мнения.

2. Императивная категория формирует императивный класс интенций. Интенции: требование, приказ.

3. Побудительная категория определяет побудительный класс интенций. Интенции: побуждение («Просим предпринять меры и сообщить Ваше решение; Просим Вас скорректировать информацию по следующим позициям данного документа»), агитация (пропаганда).

4. Интеррогативная категория образует интеррогативный класс интенций. Интенции: вопрос, запрос информации.

5. Контактная категория образует контактивный класс интенций. Интенции: установление контакта, надежда на сотрудничество («Приглашаем Вас к сотрудничеству...; Предлагаем принять наше предложение»).

6. Экспрессивная категория формирует экспрессивный класс интенций. Интенции: выражение эмоций («Никакие угрозы не позволят нам изменить наше решение; Мы сочувствуем Вам, однако мы должны приостановить поставки...»).

Следовательно, значимость интенционального анализа деловых писем заключается в специфическом представлении их типологии. Письма можно разделить на информативные, императивные, побудительные, интеррогативные, контактивные, экспрессивные.

Для подтверждения данных теоретических посылок проведем краткий интенциональный анализ текста одного приведенного в учебном пособии по деловой переписке международного письма [1], которое с точки зрения традиционной классификации деловых писем можно квалифицировать как письмо-ответ (отказ), с целью определения его типа, исходя из интенционального подхода:

Уважаемые господа,

Получили Ваше письмо от ... , в котором предъявляете нам претензию в связи с задержкой пуска станции в эксплуатацию и требуете уплаты неустойки. В связи с этим хотели бы напомнить вам следующее.

В соответствии с контрактом вы обязаны были передать нам площадку под строительство в течение одного месяца с даты подписания контракта. Однако вы задержали передачу площадки на 3 месяца, что задержало начало выполнения строительных работ.

Кроме того, в ходе выполнения контракта в связи с неоднократным нарушением вами контрактных обязательств возникли серьезные трудности со сроками поставок строительных материалов.

Несмотря на то, что к настоящему моменту прошло только 3 месяца с даты истечения контрактного срока, станция готова к приемным испытаниям.

Учитывая вышеизложенное, считаем вашу претензию необоснованной и просим отозвать ее.

С уважением [Там же, с. 125-126]...

Данное письмо направлено на ситуацию реального взаимодействия адресанта с адресатом и характеризуется следующим набором интенций: 1) актуализация темы переписки (в первом абзаце); 2) анализ ситуации и аргументация (во втором и третьем абзацах); 3) опровержение претензии партнера по переписке (в четвертом абзаце); 4) выражение собственного мнения о ситуации и побуждение адресата к принятию адекватного решения (в пятом абзаце). Наличие разных интенций создает трудности в отнесении письма к определенному типу, однако все интенции, связанные с обоснованием неоправданности претензий со стороны партнера по коммуникации, подчинены одной коммуникативной установке – получить отказ от предъявляемого требования, – т.е. интенции, выраженной в заключительных словах письменного обращения, именно интенции побуждения. Это служит основанием определить тип письма как побудительный.

Таким образом, отдельное письмо может характеризоваться разнообразным набором интенций, которые присутствуют в письмах других типов. Но такой набор является маргинальным для определения типа письма в связи с интенциональным подходом. Тип письма, исходя из результатов нашего исследования, конкретизируется в ходе установления главной интенции, которая, в общем, является мотивом для написания письма и заключается в коммуникативной цели адресанта. Деловые письма, несмотря на то, что их интенциональная структура многогранна, всегда имеют четко выраженное назначение – фиксирование действительности и оценивание ее как объективной или ожидание реакции, конкретных действий от коммуникативного партнера. И очевидно, что выявление главной коммуникативной интенции в письме связано с непосредственным эффектом, на который оно рассчитано. Отсюда типология деловых писем строится на основе главной, «целевой» коммуникативной интенции и общего интенционального анализа переписки как побочного метода описания характеристик письменной коммуникации.

Список литературы

1. Кирсанова М. В., Анодина Н. Н., Аксенов Ю. М. Деловая переписка: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2006. 136 с.
2. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. М.: Просвещение, 1969. 214 с.
3. Лосев А. Ф. Аристотель и поздняя классика. История античной эстетики: в 8-ми т. М.: Искусство, 1975. Т. IV. 672 с.
4. Петровский А. В., Ярошевский М. Г. История психологии. М.: РГГУ, 1994. 448 с.
5. Психоллингвистика / под ред. Т. Н. Ушаковой. М.: ПЕР СЭ, 2006. 416 с.
6. Серль Дж. Природа Интенциональных состояний // Философия, логика, язык / сост. и предисл. В. В. Петрова; общ. ред. Д. П. Горского и В. В. Петрова. М.: Прогресс, 1987. С. 96-126.

**THE INTENTIONAL APPROACH TO THE CLASSIFICATION
OF BUSINESS LETTERS IN THE RUSSIAN LANGUAGE**

El'-Amari Ol'ga Nikolaevna
Higher Institute of Languages, Tunis
helemina@mail.ru

The article deals with the business correspondence as the practice of linguistic expression of communicative purposes and intentions in the Russian language and of ensuring the business interaction. The author grounds the possibility of the use of the intentional approach to the classification of business letters, and in this connection suggests the qualification of intentions. The varieties of intentions are identified depending on the orientation on the object of written communication, namely on different situation of the participants of correspondence, the situation of the real and potential interaction.

Key words and phrases: business correspondence; written communication; communicative intention; intentionality; addresser; addressee.

УДК 82:37(045)

Филологические науки

В статье рассматривается вопрос соотношения религиозной и поэтической картин мира. Анализируя индивидуально-авторские воплощения представлений о Боге в поэзии Д. Мережковского, автор статьи приходит к выводу о том, что оно детерминировано конкретными намерениями и установками, творческим замыслом, мировоззрением поэта, ценностными и другими ориентирами.

Ключевые слова и фразы: религиозная картина мира; поэтическая картина мира; индивидуально-авторские представления; концепт Бог; поэзия Д. С. Мережковского.

Якимов Петр Анатольевич, к. пед. н., доцент
Оренбургский государственный педагогический университет
pyakimov@mail.ru

РЕЛИГИОЗНАЯ КАРТИНА МИРА VS ПОЭТИЧЕСКАЯ КАРТИНА МИРА[©]

Картина мира, отраженная в сознании человека, в соответствии с современными представлениями есть вторичное существование объективного мира, закрепленное и реализованное в своеобразной материальной форме. Картина мира формируется постепенно и на каждом этапе своего формирования имеет относительно законченную форму.