

Ледяному походу не только как сохранившемуся в истории событию Белой борьбы, но и самому символу Белого движения и символу страданий, выпавших на долю белогвардейцев.

Список литературы

Бехтеев С.С. Два письма // Невярович В.К. Певец Святой Руси: Сергей Бехтеев: жизнь и творчество. – СПб. : Царское дело, 2008. – С. 483–500.

Волков С.В. Предисловие // Первый Кубанский («Ледяной») поход / сост., науч. ред., пред. и комм. д.и.н. С.В. Волкова. – М., 2001. – С. 3–6.

Иванов И.Б. Иван Эйхенбаум: солдат и писатель // Эйхенбаум И.А. Сражатели. Записки пехотного офицера. – М., 2015. – С. 279–300.

Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж : ИСТОКИ, 2001. – 191 с.

Туроверов Н.Н. «Возвращается ветер на круги свои...»: Стихотворения и поэмы / ред.-сост. Б.К. Рябухин. – М. : Худож. лит., 2010. – 416 с.

Хатюшин В.В. Блеск холодной стали // Меч в терновом венце: Николай Туроверов, Арсений Несмелов, Сергей Бехтеев, Иван Савин, Марианна Колосова [электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.e-reading.by/bookreader.php/1013457/Mech_v_ternovom_vence.html (дата обращения: 23.11.2018).

Эйхенбаум И.А. Слово о Первом Походе // Эйхенбаум И.А. Сражатели. Записки пехотного офицера. – М., 2015. – С. 163–247.

VERBAL REALIZATION AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF THE “ICE MARCH” CONCEPT IN WHITE ÉMIGRÉ LITERATURE

The paper is based on Bekhteev’s and Turoverov’s poetry; it considers verbal realization of the “Ice March” concept which is crucial for white émigré literature. It presents semantic description and interpretation of three actual meanings in which the concept is realized in white emigrants’ poetry.

Key words: concept; actual meaning; the Ice March; White Guardsmen; Bekhteev; Turoverov.

УДК 811.161.1

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ

Чжан Вэй

*Научный руководитель: Цзян Цюнь,
кандидат наук, профессор*

(Даляньский политехнический университет, Китай)

В статье рассматриваются характеристики русской деловой переписки. Они связываются с принципами прагматики, в числе которых – принцип кооперации и принцип вежливости. Принцип кооперации удачно определяет сущность деловых переписок, когда стороны зависят друг от друга и стремятся достичь определенных результатов. Лаконизм и полнота информации русских деловых переписок тесно связываются с максимой «количество»; достоверность и объективность русской

деловой переписки отражает максимум «качество»; выражения в письме-ответе часто отражают содержание соответствующего письма-запроса или иного письма, требующего ответа. И эта особенность тесно связывается с максимумом «отношение»; точность и ясность русской деловой переписки отражает максимум «способ выражения». Кроме того, выражения в письме-отказе и письме-извинении тесно связываются с максимумом такта. Выражения в письме-приглашении тесно связываются с максимумом «одобрение». Выражения для заключительной формулы вежливости, выражения в письме-приглашении и обращения русской деловой переписки тесно связываются с максимумом скромности.

Ключевые слова: русская деловая переписка; принцип кооперации; принцип вежливости.

По мере глобализации мирового хозяйства и увеличения открытости экономик многих стран деловая деятельность стала получать все более широкое распространение. В настоящее время уровень социально-экономического развития государства очень сильно зависит от способностей специалистов и компетентности деловой переписки разных отраслей деятельности.

Русская деловая переписка, как и любая другая форма взаимодействия людей, основана на своде этических правил и норм [Цзян 2005а: 21]. Основная задача составителя документа – четко отразить сведения, имеющие правовую силу. Для того чтобы сделать понятным содержание и значение делового письма на русском языке, необходимо найти самые подходящие слова и выражения, раскрывающие суть того, что вы хотите изложить; поэтому не только слова и выражения, но и пунктуация, длина предложений, построение самого предложения, где порядок слов тоже несет смысловую нагрузку, играют важную роль в оформлении русской деловой переписки, а также разбивка на абзацы. Русская деловая переписка характеризуется своими общими свойствами и характеристиками. И эти свойства и характеристики тесно связываются с принципами прагматики, в числе которых – принцип кооперации [Цзян Цюнь 2005б: 38].

Цель данной статьи – рассмотреть русскую деловую переписку в аспекте ключевых постулатов делового общения. Культура делового общения и соблюдение этических норм содействуют установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами. Так, Г.П. Грайс в работе «Логика и речевое общение» утверждает, что именно принцип кооперации, предполагающий готовность партнеров к сотрудничеству, являются ключевым в общении [Грайс 1985: 89].

Принципом кооперации обусловлены основные правила речевой коммуникации. Г.П. Грайс определяет их как четыре категории (максимы):

- максима количества (полноты) информации;

- максима качества информации;
- максима отношения (релевантности);
- максима способа выражения (манеры) [см.: Малюга 2008: 25].

Лаконизм и полнота информации русской деловой переписки тесно связана с максимой «**количество**».

Максиму «количество» Г. Грайс связывает с тем количеством информации, которое требуется передать. Основные постулаты этой категории заключаются в следующем:

- высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется;
- высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Если информации меньше, чем требуется, адресат вправе уточнять, перепрашивать, просить разъяснения и т.д.; а если же информации слишком много, то могут возникать длинные или тривиальные сообщения [Карасик 1992: 73]. Текст делового письма должен быть кратким и содержать только основные сведения.

Достоверность и объективность русской деловой переписки отражает максима «**качество**».

Сущность максимы «качество» П. Грайс формулирует так: «Старайся, чтобы высказывание было истинным», конкретизируя эту мысль двумя положениями:

- не говори того, что считаешь ложным;
- не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований [Семенюк 2004: 18].

Требование достоверности информации предполагает, что деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, бесстрастную оценку событий.

Официальность и строгость деловой переписки. Под официальнойностью и строгостью делового письма понимается максимально строгое и сдержанное изложение информации. Это, в свою очередь, исключает возможность употребления в текстах деловой речи экспрессивно и эмоционально окрашенных языковых средств (например, разговорно-просторечной лексики или междометий), образных средств или слов, употребляемых в переносном смысле. Это противоречило бы требованию точности деловой речи. Кроме того, деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, бесстрастную оценку событий. Данное обстоятельство отвечает требованию достоверности или объективности информации.

Русской деловой переписке чужда эмоционально-экспрессивная окрашенность. Исключительно нейтральный тон изложения является нормой делового этикета. В деловых письмах язык должен быть

предельно объективен, устраняется всякая возможность выражения собственного авторского «я». Так, особенностью официально-деловой речи является самый высокий процент неличных форм глаголов – причастий, деепричастий, инфинитива по сравнению с другими глагольными формами. По данным М.Н. Кожиной, это соотношение достигает пропорции 5:1, в то время как в научной речи оно равно 1:5 [Кожина 1972: 265].

Следует отметить, что в деловой речи нет добавочных, дополнительных, направленных на саму речь каких-либо оценок автора, которые бы наслаивались на языковые единицы сверх их лексического, номинативного или грамматического значения. А если такие оценки и есть, как, например, в словах «нижеподписавшиеся», «уведомить» и т.д., то это функционально-стилевая окраска, которая связана лишь с оценкой сферы общения и придает речи окраску официально-делового стиля, создавая нейтральную норму этого стиля, а не экспрессивные отступления от нее.

Выражения в письме-ответе часто отражают содержания соответственного письма-запроса или какого-то письма, которым нужно ответ. Эта особенность тесно связывает с максимой **«отношение»**.

Максима «отношение» связана с релевантностью, то есть соответствием высказывания предмету разговора: «Не отклоняйся от темы». Этикет деловой переписки предполагает, что на письма необходимо давать ответы. Характер ответа зависит от характера письма-запроса. Поэтому существует тесная связь между деловой перепиской и ответом на нее. Чтобы содержание ответа соответствовало тексту письма, которое мы получили, в письме-ответе часто используются такие типичные выражения: *в ответ на Ваш запрос; в ответ на Вашу просьбу; в соответствии с письмом заказчика; ссылаясь на Ваш запрос от.*

Точность и ясность русской деловой переписки отражает максиму **«способ выражения»**.

Максима «способ выражения» касается не того, что говорится, а того, как говорится: «Выражайся ясно». Это положение конкретизируется несколькими частными:

- избегай непонятных выражений;
- избегай неоднозначности;
- будь краток (избегай ненужного многословия);
- будь организован.

Стремлением к точности, однозначности порождена и такая черта русского делового стиля, как наличие тавтологии. Как писал Л.В. Щерба, «язык законов требует, прежде всего, точности» [Щерба 1957: 113]. Во многих русских деловых письмах замена одного и того же понятия разными словесными формами может создать неясность, неадекватность

восприятия, поэтому используются особые приемы уточнения. Традиционно при замене одного наименования предмета другим это указывается.

Постулаты Г.П. Грайса – обыденные и само собой разумеющиеся, однако анализ реальных текстов общения демонстрирует, что коммуникативные особенности русской деловой переписки иногда не совпадают с этими правилами. Более того, такие правила нарушаются слишком часто, значит, их можно признать несколько идеализированными. Все мы по разным причинам не всегда говорим правду, не всегда кратки, не всегда придерживаемся темы, не всегда выражаемся ясно. Однако в этом случае мы можем говорить о нарушении принципа кооперации в угоду чему-то другому. Впрочем, и сам Г.П. Грайс упоминает о том, что возможны другие принципы, в частности, социального характера: например, принцип вежливости.

Принцип вежливости – еще один важный принцип коммуникации – сформулировал Дж. Лич. Он представлен шестью максимами:

- максима такта;
- максима великодушия;
- максима одобрения;
- максима скромности;
- максима согласия;
- максима симпатии [Leech 1983: 26].

Максима такта – это максима границ личной сферы. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию. Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и пр.). Возможна ситуация, когда одна компания не может принимать условия предприятия-партнера. В таком случае следует выразить сожаление по этому поводу и аргументировать отказ; тактично попросить с помощью косвенного речевого действия. Например: *Ставим Вас в известность, что руководство завода приняло решение; К моему великому сожалению, я должен известить Вас, что...; Сожалею, что на сегодня у меня нет для Вас лучших новостей.*

Каждая уважающая себя деловая организация (фирма), всерьез обеспокоенная заботой о своем успехе, должна проявлять максимум сердечности и учтивости в личных контактах с отдельными лицами и компаниями (учреждениями, предприятиями), поскольку с выражений почтения и уважения к клиенту (деловому партнеру) начинается успех дела. Однако надо и в этом знать меру, помня правило «не пересластить». Слишком назойливое и пространное выражение любезности свидетельствует о слабом вкусе, даже если при этом пишущий искренен в своих чувствах [Руденко, Самыгин 2016: 109].

Форма проявления любезности зависит прежде всего от содержания

письма, т.е. от того, идет ли речь о пользе или невыгоде для адресата. Например, в случае отказа от какого-либо предприятия (дела), невозможности выполнить чью-либо просьбу (предложение) должна быть проявлена максимальная сдержанность в выражении любезности. Но, в любом случае, при самых неприятных обстоятельствах сарказм и оскорбления в деловых письмах не допускаются.

Максима одобрения – это позитивность в оценке других («не осуждай других»). Если оценка мира не совпадает с оценкой собеседника, то это сильно затрудняет реализацию собственной коммуникативной стратегии.

В русской деловой переписке максима одобрения нередко реализуется в репликах малозначащих (фактических), однако с большим социальным смыслом. Комплимент как одно из средств одобрения в виде любезных, приятных слов, как правило, поднимает настроение партнера, создает благоприятный микроклимат общения.

Например: *Учитывая Ваш огромный вклад в развитие техники и науки...; приглашаем Вас на выставку современного техники в Москве первого мая; с наилучшими пожеланиями и надеждой на сотрудничество; С интересом ждем от Вас новых предложений.*

Максима скромности – это позиция неприятия похвалы в свой адрес. Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка.

Например: *Мы были бы рады видеть Вас; Имеем честь пригласить Вас; Разрешите (Позвольте) пригласить Вас (на встречу, на презентацию, посетить, принять участие в).*

Традиционным обращением в русской деловой переписке является *Уважаемый!*. Восклицательный знак указывает на то, что факту обращения придается особое значение. *Уважаемые коллеги!* – такая форма обращения уместна по отношению к лицам одной профессии. Более эмоциональный оттенок имеет выражение *Дорогие коллеги!*. Нейтральный тон сохранится в том случае, если текст начинается так: *Коллеги...* Обращение, содержащее имя и отчество, приобретает несколько личный характер; включение же в формулу обращения фамилии адресата придает тексту документа вежливо-официальный характер.

Кроме того, в конце делового письма часто используются выражения для заключительной формулы вежливости. Например: *Надеемся, что наша просьба будет выполнена; Надеемся на дальнейшее сотрудничество; С пожеланиями успехов; Убедительно просим Вас не задерживать ответ; Просим извинить нас за задержку с ответом (за допущенную ошибку).*

Иногда максимуму скромности можно также наблюдать в письме-

приглашении. Например: *Мы были бы рады видеть Вас; Имеем честь пригласить Вас; Разрешите (Позвольте) пригласить Вас (на встречу, на презентацию, посетить, принять участие в).*

Следует отметить, что в русском языке *Вы* – единственное слово, за исключением имен собственных, которое может писаться с заглавной буквы в середине предложения. В русской деловой переписке *Вы* пишется с прописной буквы, чтобы продемонстрировать уважение. Например: *Пишу, чтобы поблагодарить Вас.*

Итак, в данной работе мы предприняли попытку описать русскую деловую переписку сквозь призму принципов речевого общения, описанных Г.П. Грайсом и Дж. Личем. Нам удалось показать, как в деловых письмах на русском языке функционируют выделенные ими принципы.

Список литературы

Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. – М., 1985. – С. 217–237.

Карасик В.И. Язык социального статуса. – М. : Институт языкознания РАН; Волгоград : Волгоград. гос. пед. институт, 1992. – 330 с.

Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – Пермь : Аз, 1972. – 395 с.

Малюга Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2008. – 320 с.

Руденко А.М., Самыгин С.И. Культура речи и деловое общение. – Ростов н/Д : Феникс, 2016. – 192 с.

Семенюк М.П. Прагматика речи : учеб. пособие. – Нижний Тагил : НТГСПА, 2004. – 78 с.

Цзян Ц. Новые внешнеэкономические операции. – Минск : РИВШ, 2005а. – 211 с.

Цзян Ц. Теория и методика обучения составлению официально-деловых писем. – Минск : РИВШ, 2005б. – 163 с.

Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. – М. : Учпедгиз, 1957. – 188 с.

Leech G. Principles of Pragmatics. – London ; New York : Longman, 1983. – 250 p.

PRAGMATIC PRINCIPLE OF RUSSIAN BUSINESS CORRESPONDENCE

The paper deals with common properties and characteristics of Russian business correspondence which are closely associated with principles of pragmatics, including the principle of cooperation and the principle of politeness. The principle of cooperation successfully defines the essence of business correspondence, when the parties depend on each other and strive to achieve certain results. Conciseness and completeness of information in Russian business correspondence are closely associated with *quantity* maxim; the authenticity and objectivity reflect *quality* maxim. Expressions used in a reply letter often reflect the content of the corresponding letter of inquiry or another letter to be answered. And this feature is closely associated with *attitude* maxim. Accuracy and clarity of Russian business correspondence reflect *mode of expression* maxim. In addition, expressions in a letter of refusal or a letter apology are closely associated with *tact* maxim.

Expressions in an invitation letter are closely associated with *approval* maxim. Expressions for the final formula of politeness, expressions in an invitation letter and addresses of Russian business correspondence are closely associated with *modesty* maxim.

Key words: Russian business correspondence; principle of cooperation; principle of politeness.

УДК 811.161.1'37 + 821.161.1

АГРАФЕНА СВЕТЛОВА: ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ»)

В.С. Гофман

*Научный руководитель: Л.В. Табаченко,
доктор филологических наук, профессор (ЮФУ)*

В статье рассматривается понятие «падшая женщина», его лингвистическое воплощение в романе Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы» (на материале характеристики Грушеньки другими героями). Важность изучения этого понятия обусловлена возможностью интерпретировать женские образы в творчестве писателя в лингвистической проекции. Исследуются два семантических микрополя с разными ядрами – ‘духовное падение’ и ‘греховность’, – входящие в макрополе «падшая женщина».

Ключевые слова: Ф.М. Достоевский; «падшая женщина»; женский образ; семантическое поле; семантическое микрополе; ядерная сема.

В творчестве Ф.М. Достоевского представлена галерея образов «падших женщин». Это Наталья Ихменева, Лиза («Записки из подполья»), Соня Мармеладова, m-lle Blanche, Анастасия Барашкова (Настасья Филипповна) и, конечно, Аграфена Светлова (Грушенька). Из произведения в произведение этот образ меняется, приобретает новые черты, один характер заключает в себе зерно другого. Каждый из них неоднозначен, дуалистичен и потому сложен.

Понятие «падшая женщина» в творчестве Ф.М. Достоевского стало объектом исследования в работах Н.Ю. Зиминой [Зиминая 2011, 2013], В.Н. Масеевой [Масеева 2012], Н.Н. Мельниковой [Мельникова 2009, 2010], О. Матич [Matich 1983]. Косвенно касались этого вопроса И.И. Середенко [Середенко 1997] и др.

Однако во всех перечисленных работах, кроме одной, где изучается концепт «падшая женщина» [см.: Зиминая 2011], соответствующие образы рассматриваются только в литературоведческом аспекте, без учета и анализа языкового плана и без соответствующих интерпретаций.

Настоящая статья посвящена изучению понятия «падшая женщина» в лингвистическом аспекте в романе Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы». Важность изучения понятия «падшая женщина»