

МОВЛЕННЄВА СТЕРЕОТИПНІСТЬ ТА ЗАСОБИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ ТЕКСТІ

У статті викладено основні теоретичні аспекти вивчення мовленнєвої стереотипності як однієї з найхарактерніших структурних ознак офіційно-ділового стилю та засоби реалізації цієї категорії в текстах офіційно-ділових документів. Стереотипність розглянуто як текстотвірну категорію, яка полягає в широкому використанні стійких мовних зворотів або усталених частин (блоків) тексту. Здійснений аналіз досліджень мовленнєвої стереотипності засвідчив і різноманітність самих об'єктів цієї категорії, і їхнього термінологічного позначення. Зроблено висновки, що офіційно-ділове мовлення не тільки не обходиться без стереотипів, але останні становлять характерну стильову рису ділових текстів, що спричинено особливостями спілкування: повторюваністю описуваних ситуацій, урахуванням принципів сприйняття і розуміння офіційної комунікації і т. д. Функціонально-семантична категорія стереотипності виступає в ролі базового комунікативно-прагматичного чинника у творенні офіційно-ділових текстів, широко представлених у сучасній соціально-мовній практиці. Мовленнєві стереотипи зумовлюють існування відповідних жанрів як типових моделей побудови ділових текстів.

Ключові слова: текст; офіційно-діловий текст; категорії тексту; стереотип, стереотипність; стереотипізація, мовленнєва стереотипність.

Зростання інтересу до офіційно-ділового стилю, викликане активізацією ділової комунікації, розширенням і поглибленням внутрішньодержавних ділових контактів, а також контактів міждержавних, формуванням нових форм ділового спілкування, актуалізацією питань ефективної мовленнєвої поведінки для успішного вирішення управлінських проблем, спричинило нове бачення найважливіших теоретичних проблем у вивченні офіційно-ділового тексту.

Помітне посилення уваги до офіційно-ділового стилю сучасної української літературної мови активізувало фундаментальні наукові дослідження в стилістичному, синтаксичному та історичному аспектах вивчення (дисертаційні дослідження Д. Горбачука [2], О. Мацько [9], О. Пазинич [11]). На зумовленості існування стереотипів соціальною природою мови зроблено акцент у низці досліджень, присвячених вивченню мовних стереотипних одиниць. У роботах В. Г. Костомарова, Н. Ф. Непийводи, Н. М. Разінкіної, Г. М. Поспелової, М. М. Кохтева, Г. Я. Солганика, В. Г. Винокура підкреслено широке використання стереотипних засобів вираження у різних стилях мови.

Вивчення властивостей стереотипних одиниць у діловій комунікації дасть можливість дослідити їхні структурно-семантичні особливості, допоможе виявити закономірності використання цих одиниць у офіційно-діловому тексті, перспективи розвитку офіційно-ділового стилю.

Предметом нашого дослідження стала мовленнєва стереотипність як одна з найхарактерніших структурних ознак офіційно-ділового стилю.

Метою статті є узагальнити основні теоретичні аспекти вивчення мовленнєвої стереотипності; охарактеризувати засоби реалізації цієї категорії в текстах офіційно-ділових документів; показати текстотвірний потенціал мовленнєвої стереотипності в офіційно-ділових документах, визначити зв'язок цієї текстової категорії з іншими категоріями тексту.

Вибір теми дослідження зумовлений підвищеним інтересом з боку науковців у галузі лінгвістики до тексту, його певних закономірностей побудови в різних типах. Зазначимо, що в цьому дослідженні ми розглядаємо текст як певну систему смислових одиниць різного ступеня складності, комплектності та значимості (з точки зору досягнення цілей комунікативно-пізнавальної діяльності), функціонально (тобто для конкретної мети/цілей) об'єднаних у єдину семантично-смислову структуру загальною концепцією (задумом) [4, с. 135].

Насамперед уточнимо поняття «стереотипність». Це наукове явище досліджує багато лінгвістичних і суміжних дисциплін. Саме завдяки сучасним дослідженням в галузі прагматики, теорії комунікації, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології значно розширено обсяг і зміст поняття мовленнєвої стереотипності. На сьогодні це явище трактують як багатопланове, сформоване з різних складників і під впливом низки соціальних, психологічних та лінгвістичних чинників [7]. У визначення стереотипу вводяться когнітивні, комунікативні, соціокультурні ознаки [8 та ін.]. Це відкриває перспективи багатоаспектного аналізу стереотипності з урахуванням зазначених характеристик.

Однак складність такої роботи полягає в тому, що «в традиційному методі дослідження, основою якого є вивчення мовних одиниць у відриві від контексту функціонування, поєднання досліджуваного типу виявляють внутрішню суперечливу природу, демонструючи, з одного боку, властивості вільних словосполучень, з іншого – властивості фразеологізмів» [3, с. 115]. Як стверджують дослідники, «категорія мовних стереотипів є скоріше функціонально-прагматичною, ніж морфосинтаксичною» [5, с. 18]. У зв'язку з цим питання типології виявів стереотипного в мові залишається відкритим.

У лінгвістиці *мовний стереотип* розуміють так: вербальне відображення переконань, спрямованих на суспільні групи або на індивіда як на представника цих груп – мовний стереотип у вузькому розумінні (К. Писаркова); вербально виражене узагальнення образів або будь-яких конкретних предметів – мовний стереотип у широкому розумінні (Є. Бартмінський); стійке висловлення, стійке порівняння (В. Маслова).

Аналіз наукових досліджень мовної стереотипності показує різноманітність і самих об'єктів цієї категорії, і їхнього термінологічного позначення: *штампи, кліше, мовні/мовленнєві стереотипи, мовні формули, формули мовного етикету, стандартні репліки, комунікативні кліше (стереотипи), частотні сполучення, «зв'язані» синтаксичні конструкції, стилетворчі одиниці, жанрово-композиційні канони (рамки), форматворчі схеми, фразеологізми, групові шаблони, ділові стандарти, улюблені висловлювання, крилаті слова, цитати, афоризми, гасла, максими, обрядові формули, стереотипні судження, «банальні цитати», стереотипні спроби зав'язати знайомство, усталені словосполучення, стійкі словосполучення, стандартизовані словосполучення/сполуки/словосполуки, усталені вислови, типові вислови, клішовані вислови, вирази, мовні звороти, усталені формули, традиційні формули, мовні формули, словесні формули, типові фрази, усталені конструкції* тощо.

Стереотипність мовлення формується під впливом різних чинників, що зумовлюють функціонування мови: соціального характеру комунікативної діяльності, впливу традиції, прискорення комунікативного процесу, розвитку інформаційних технологій, збільшення числа штампів тощо.

Для актуалізації цих компонентів протягом тривалого часу відбувалось вироблення прийомів і способів організації мовлення, здійснювався добір найкращих варіантів для тих або інших комунікативних ситуацій, у результаті чого історично склалися стандартизовані, стереотипні мовленнєві формули. Адресант офіційно-ділового тексту, виступаючи носієм певної соціальної функції, використовує стійкі мовленнєві комплекси в повторюваних ситуаціях ділового спілкування, опираючись на узагальнений досвід традиційного вживання мовних одиниць – мовленнєвих стереотипів.

Мовний стереотип розглядаємо як готову мовленнєву формулу, що точно і швидко передає загальнозначущий і загальнозрозумілий зміст у типових комунікативних ситуаціях. Вибираючи цю формулу, адресант офіційного тексту формує в читача позитивне, нейтральне або негативне ставлення до мовної події [16, с. 137].

Мовленнєві стереотипи зумовлюють існування відповідних жанрів як типових моделей побудови

ділових текстів. Відомо, що «готова мовленнєва форма», що має загальновідомий, зрозумілий зміст, наділена стійкістю, є ознакою жанру. Визначення жанру і його ролі в мовному спілкуванні передбачає саме цю ознаку. За теорією М. М. Бахтіна, мовленнєві жанри – це «відносно стійкі тематичні, композиційні та стилістичні типи висловлювань» [1, с. 241-242]; «Для мовця вони мають нормативне значення, що не створюються ним, надані йому» [1, с. 260]; це «типові моделі побудови мовленнєвого цілого» [1, с. 307]. Водночас, «ми говоримо тільки певними мовленнєвими жанрами» [1, с. 257]; «Якщо б мовленнєвих жанрів не існувало, і ми не мали б їх, якщо б нам доводилося створювати їх уперше в процесі мовлення, вільно і вперше будувати кожне висловлювання, мовне спілкування було б майже неможливим» [1, с. 258].

Така стійкість, наявність їх у запасі мовців передбачає стереотипність мови. М. П. Кожина справедливо зауважує, що стереотипність по-різному виявляється в різних сферах спілкування [6, с. 54]. Для офіційно-ділового мовлення, яке, як відомо, не тільки не обходиться без стереотипів, але останні становлять визначальну стильову рису ділових текстів, що спричинено особливостями спілкування: повторюваністю описуваних ситуацій, урахуванням принципів сприйняття і розуміння мовлення і т. д., характерний найбільший ступінь стереотипності мовленнєвих висловлювань. Офіційно-ділові письмові жанри є особливими мовними текстами, створення та функціонування яких, на відміну від жанрів інших сфер спілкування, продиктовано не тільки традиціями вживання, а й пов'язано зі штучною кодифікацією з боку держави. «Обслуговуючи потреби суспільства в державному, громадському, економічному й політичному житті, тексти офіційно-ділового стилю мають виразні відмінності й у межах одного жанру» [12, с. 21]. Однак усі письмові офіційно-ділові жанри об'єднані загальним поняттям «документ». У нашому дослідженні документ розглядаємо як мовленнєвий твір офіційно-ділової сфери спілкування, мовне оформлення якого зумовлене специфічним способом його створення та функціонування.

Стереотипність в текстах офіційно-ділового стилю виявляється в тому, що кожен із його жанрових різновидів характеризується певним набором мовних засобів, які відтворюються в готовому вигляді.

Стереотипність в офіційно-ділових текстах виявляється в композиційному і змістовному наповненні. Композиційно-графічне оформлення і змістовно-семантичне наповнення документів зумовлені такими комунікативними і функціонально-стилістичними особливостями офіційно-ділових документів:

- особливий спосіб організації висловлювання: офіційно-ділове письмове мовлення існує у формі документів – особливих стереотипних мовних творів (висловлювань), уніфікованих і стандартизованих державою;

- особливий спосіб створення висловлювання в офіційно-діловій сфері спілкування: документ певного жанру, на відміну від інших мовних творів, створюється за певним алгоритмом, що є процесом оформлення документа і надання йому юридичної сили;

- специфіка ділової комунікації: документ певного жанру є висловлюванням прескриптивного діалогу,

характерними рисами якого є здійснення діалогу в інтересах ініціатора, існування пресуппозиції права адресанта на вимогу і можливість його виконання адресатом, «програмування» адресантом поведінки адресата.

Стереотипність у виборі мовних засобів яскраво виявляється насамперед на лексико-синтаксичному рівні. Проте до стереотипів можна зарахувати всі мовні знаки, які регулярно відтворюються в певній прагматичній ситуації. Тобто можуть бути *стереотипи наголошування, композиційні, текстові стереотипи* та ін. Дихотомію стереотипне / нестереотипне доцільно вивчати в стилістичному, жанровому, комунікативному аспектах тощо.

Стереотипні явища виступають засобом оптимізації спілкування.

Виокремлюючи функціонально-прагматичну категорію стереотипності як головного чинника текстотворення офіційно-ділових документів, важливо розглянути питання про взаємодію цієї категорії з іншими категоріями тексту, зокрема з категорією апалативності. Спостереження показують, що існує достатньо повний і

традиційно вживаний в офіційно-діловому мовленні набір мовних і мовленнєвих засобів, що беруть участь в реалізації апелативної функції документа. До числа різномірних одиниць мови і мовлення, що спеціалізуються на передачі апелативного значення, відносять модальні дієслова; деякі прислівники; звертання; імперативні конструкції; конструкції зі значенням наміру, повинності; директивні мовленнєві акти; констативні мовні акти; питальні речення тощо.

Отже, стереотипність в текстах офіційно-ділового стилю виявляється на композиційно-структурному, змістовно-семантичному та мовному рівнях висловлювання і полягає в особливому доборі та організації мовних засобів, що мають відповідну структуру і реалізують семантику певного жанру документа. Функціонально-семантична категорія стереотипності виступає в ролі базового комунікативно-прагматичного чинника у творенні офіційно-ділових текстів, широко представлених у сучасній соціально-мовній практиці. Мовленнєві стереотипи зумовлюють існування відповідних жанрів як типових моделей побудови ділових текстів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевих жанров / М. М. Бахтин. – Собрание сочинений в семи томах. – М., 1996. – Т. 5.
2. Горбачук Д. В. Структурно-семантичні типи стійких словосполучень слів в офіційно-ділових текстах сучасної української мови (функціонально-стилістичний аналіз) [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Д. В. Горбачук ; [Ін-т укр. мови НАН України]. – К., 1997. – 23 с.
3. Дельская Т. Ф. Речевой стереотип как функциональная единица // Значение и смысл слова. – М., 1987. – С. 109–117.
4. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы социопсихологии / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1981. – 200 с.
5. Загидулина Р. Г. Основные семантические группы речевых стереотипов // Романский коллегийум: Материалы междисциплинарных науч. чт. Вып. 1. – СПб., 2004. – С. 16–22.
6. Кожина М. Н. Некоторые аспекты изучения речевых жанров в нехудожественных текстах / М. Н. Кожина // Стереотипность и творчество : межвузовский сборник научных трудов. – Пермь, 1999. – С. 22–39.
7. Котюрова М. П. Многоаспектность явлений стереотипности в научных текстах / М. П. Котюрова // Текст: стереотипность и творчество. – Пермь : Изд-во Пермского гос. ун-та, 1998. – С. 5–30.
8. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія: курс лекцій / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2002.
9. Мацько О. М. Мовні формули у дипломатичних текстах сучасної української мови (функціонально-стилістичний аналіз) [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / О. М. Мацько; [НАН України, Ін-т української мови]. – К., 2001. – 21 с.
10. Одарюк И. В. К вопросу о стереотипах поведения / И. В. Одарюк // Личность, речь и юридическая практика. – Ростов-на-Дону: ДЮИ, 2000. – С. 136–137.
11. Пазинич О. М. Функціонально-структурні особливості текстів дипломатичного листування [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / О. М. Пазинич; [Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні]. – К., 2001. – 20 с.
12. Шевчук С. В. Ділове мовлення для державних службовців. – К. : Літера ЛТД, 2004. – 400 с.

Н. И. Коцюба,

Львовский институт государственного управления НАДУ при Президенте Украины, г. Львов, Украина

РЕЧЕВАЯ СТЕРЕОТИПНОСТЬ И СРЕДСТВА ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В ТЕКСТАХ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

В статье изложены основные теоретические аспекты изучения речевой стереотипности как одной из характерных структурных признаков официально-делового стиля и средства реализации этой категории в текстах официально-деловых документов. Стереотипность рассмотрено как текстообразующую категорию, которая заключается в широком использовании устойчивых речевых оборотов или устоявшихся частей (блоков) текста. Проведенный анализ исследований речевой стереотипности показал и разнообразие самих объектов этой категории, и их терминологического обозначения. Сделаны выводы, что официально-деловая речь не только не обходится без стереотипов, но последние составляют характерную стилевую черту деловых текстов, что обусловлено особенностями делового общения: повторяемостью описываемых ситуаций, на основе принципов восприятия и понимания официальной коммуникации и т. Функционально-семантическая категория стереотипности выступает в качестве базового коммуникативно-прагматического фактора в

создании официально-деловых текстов, широко представленных в современной социально-языковой практике. Речевые стереотипы обуславливают существование соответствующих жанров как типичных моделей построения деловых текстов.

Ключевые слова: текст; официально-деловой текст; категории текста; стереотип, стереотипность; стереотипизация, речевая стереотипность.

N. I. Kotsiuba,

*L'viv Regional Institution of Public Administration Academy
of Public Administration office of President of Ukraine, L'viv, Ukraine*

THE SPEECH STEREOTYPY AND THE MEANS OF ITS REALIZATION IN AN OFFICIAL AND BUSINESS TEXT

The object of the article is the speech stereotypy as one of the most characteristic feature of the official and business style.

The purpose of the article is to sum up the main theoretic aspects of the speech stereotypy study; to characterize the multi-level means of the realization of this category in the texts of the official and business style; to show a text forming potential of the speech stereotypy in the official and business documents, to determine the connection of this text category with the other categories of the text. The choice of the research theme is caused by the increased interest to text from the scientists in the sphere of linguistic, its certain regularities of the structure in the different types.

The scientific novelty of the research is to establish the roles of the language stereotypes in the communicative and influential potential of the official and business texts, is revealed the mechanism of the stereotypes involvement while structuring the text by a sender and the mechanism of the perception of the stereotypes by an addressee.

The stereotypy is considered as a text forming category which is in a wide use of the stable expressions, the established parts of text. The realizable analysis of the researches of the speech stereotypy testified either the diversity of the objects of this category or their terminological designation. The official and business speech is not complete without the stereotypes, they are a characteristic stylistic feature of the business texts, which is caused by the peculiarities of the business speech. The speech stereotypes cause the existence of the appropriate genres as typical models of the business texts structure. Therefore, the stereotypy as a functional and semantic category serves as a basic, communicative and pragmatic factor in the creation of the official and business texts, widely represented in the modern social-speech practice.

Keywords: text; official and business text; stereotypy; categories of text; stereotype; speech stereotypy; stereotyping.