

# СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ И НРАВСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

---

## ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВЫЕ КЛИШЕ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

**УЛЬЯНОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА**

*магистрант Новосибирского государственного технического университета  
Новосибирск, Россия*

*E-mail: lena\_ulj@mail.ru*

### АННОТАЦИЯ

Официально-деловые клише представляют собой выражения, закрепленные за официально-деловым стилем. Тем не менее, с большей или меньшей степенью уместности, они часто проникают в коммуникацию другого вида, в том числе и в интернет-коммуникацию, представляющую собой особую форму общения.

**Ключевые слова:** официально-деловой стиль, интернет-коммуникация, официально-деловые клише, электронная коммуникация.

## BUSINESS CLICHES IN INTERNET-COMMUNICATION

**ELENA ULYANOVA**

*undergraduate Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia*

*E-mail: lena\_ulj@mail.ru*

### ABSTRACT

Business clichés are expressions that belong to business style. Nevertheless, with a greater or lesser degree of relevance, they often penetrate into communication of other type, including internet-communication that represent specific form of communication with its own features.

**Keywords:** business style, cliché, internet-communication, business clichés, electronic communication.

Сегодня под интернет-коммуникацией понимается особая коммуникативно-информационная среда или коммуникативное пространство, опосредованное электронным коммуникативным каналом [1, с. 34]. Эта среда характеризуется следующими

признаками: виртуальностью, интерактивностью, гипертекстуальностью, глобальностью, креативностью, мозаичностью и анонимностью [1; 5]. Некоторые лингвисты добавляют к свойствам этой среды такие её особенности, как отсутствие

невербальных элементов общения, размывание социальных норм и ограничений, конструирование новых социальных и языковых идентичностей [2; 6]. Также этой среде свойственна автоматизация, возможность использования технологий баз данных, мультимедийность, временная и пространственная независимость, добровольностью и желаемостью контактов; затрудненностью эмоционального компонента общения в сочетании со стойким стремлением к его компенсации (смайлики, эмотикон, параграфемика) [2, с. 172]. Однако тут необходимо подчеркнуть, что проявление этих свойств среды крайне неоднозначно и относительно. Например, возможность практически полной анонимности в карнавальной стихии чата соседствует в интернет-пространстве с открытой публичностью социальных сетей или полным самораскрытием личности на персональной веб-странице.

Ряд теоретиков компьютерного общения указывает также на то, что анонимность, «манипулятивность» и «конструируемость» интернет-пространства приводит к постепенному пересмотру его «социальных границ» (англ.: boundary shift или boundary negotiations): публичное может стать приватным, локальное – глобальным, чужое – своим [6].

Мы обратились к изучению функционирования клише в такой специфической среде, как интернет-коммуникация, так как замечено довольно частое их использование в интернет-общении, что может быть

обусловлено такими его свойствами, как размывание социальных норм и ограничений, конструирование новых социальных и языковых идентичностей.

Под клише принято понимать «стереотипное выражение, механически воспроизводимое в типичных речевых контекстах и ситуациях; шаблонная фраза, например, *вопрос ждет своего решения*» [3, с. 6].

Однако обратим особое внимание на то, что официально-деловые клише, являясь закреплёнными за официально-деловым стилем, все же не ограничивают сферу своего употребления, проникая в другие стилевые форматы. Дело в том, что в массовом сознании официально-деловой стиль является своего рода образцом для подражания, и говорящие стараются употреблять как можно больше официально-деловых единиц, демонстрируя тем самым высокий культурный уровень. Именно поэтому официально-деловые клише в массовой коммуникации оказываются регулярно «на слуху».

Рассмотрим случай актуализации официально-деловых клише в интернет-коммуникации. Приведем пример из блога под названием «Запуталась кто прав, кто виноват»: *«Сколько я вижу вокруг детей знакомых — всё наоборот — в саду хорошо, на маме отыгрываются. Ничего не понимаю. И они же в саду просят меня принять меры, а я не знаю какие и что от меня хотят, со мной-то она ведет себя хорошо. Через пару недель такой жизни уже и у меня*

начались проблемы с дочкой. Например: — хочу выпить сок в магазине. — не надо, тут не разрешают» [7]. Значение словосочетания «принять меры» определяется как «осуществить действия, способные привести к существенному положительному результату, к исправлению негативного положения дел» [4, с. 77]. Исходя из значения, можем сделать вывод, что оно уместно в данном контексте. Ведь работники детского сада действительно хотят исправить негативное положение дел, решить проблему. Работников детского сада можно считать официальной инстанцией, а отношения их с родителями — деловыми. Поэтому в данном случае употребление официально-делового клише является уместным.

Пример из форума «Банк Русский Стандарт. Обсуждение банка»: «Дозвониться не получилось, выходные, буду звонить 8 числа. Очень удивлён что банк (в лице сотрудника) признал ошибку, средства мне могут вернуть. Если сотрудники банка прочитают это сообщение, прошу перевести средства на кредитную карту, а я уже сам приму решение об открытии вклада (как раз минимальная сумма вклада 3000 рублей). Также прошу **принять меры** дисциплинарного воздействия к сотруднику, обслуживающему меня в филиале банка» [7]. Здесь речь идет о банке, а это официальное заведение, и поэтому, оставляя отзыв, адресованный администрации, носитель языка уместно употребляет данное клише «принять меры», ориентируясь при

этом на образ адресата. Однако далее в контексте отмечаем ошибку в управлении: (меры) воздействия к вместо воздействия на.

Тожественный пример встречаем и на форуме «Наши дети: Дошколята и младшие школьники»: «Наверное: 1. Пресечь агрессию в адрес своего ребенка. 2. Позвонить в полицию и сообщить, что в таком-то месте бродит без присмотра ребенок 5-7 лет и нападает на проходящих детей и потребовать **принять меры**» [7]. В этом примере речь идет об обращении в полицию, а такой речевой жанр является официально-деловым, что и объясняет уместность использования анализируемого клише в интернет-коммуникации.

Обратимся к тексту из блога «Сегодня в топе блогов история учительницы», посвященного проблемам сферы образования: «...а если ученики в карты на уроке играют, или водку жрут, тоже не трогать, т.к. чужое? Прерывать урок. Писать докладную директору. Требовать созвать педсовет с родителями, **поднимать вопрос** об исключении из школы. а двойки по поведению уже не ставят?» [7]. Этот пример представляет для нас интерес, поскольку он взят из речи рядовых носителей языка. Речь в блоге близка разговорной. Здесь автор не задумывается о грамотном построении предложений и верном соположении грамматических форм, допускает орфографические ошибки, начиная предложения со строчной буквы, но при этом претендует на официальность своего заявления и, возможно, на более высокий компетентностный уровень. И,

вероятно, с этой целью используется указанное деловое клише, которое в данном контексте не является уместным, несмотря на то, что его появление связано с обсуждением проблем такой официальной инстанции, как школа.

В журнале «Русский репортер» приведен фрагмент блога под названием «Одеться как бог на душу положит»: *«Понимаете, можно еще **поднять вопрос** о том, на каком расстоянии от коленок дамы должны носить юбки. Можно придумать дресс-код для хлеба. Дресс-код для приусадебных участков. Я о том, что это изначально разговор ради разговора»* [7]. В отличие от предыдущего примера, здесь тема разговора даже косвенно не касается официального общения. В данном случае автор хотел выразить значение *«поставить на обсуждение вопрос»*. Стиль данного фрагмента можно квалифицировать как разговорный, поэтому официально-деловое клише здесь неуместно.

Приведем другие примеры из текстов форумов, которые демонстрируют внедрение официально-деловых клише в разговорную стихию интернет-коммуникации. Тема блога «Не могу согласиться с М. Прохоровым»: *«С другой стороны, я не могу не **принимать во внимание**, в чьих руках находится власть, какая у нее идеология»* [7]. Из форума «Красота»: *«Прогресс не останавливается, и через десять или двадцать лет мы, несомненно, будем располагать новыми типами грудных имплантов, превосходящими все ныне*

*существующие. Нужно **принимать во внимание** и эту возможность — замену импланта более новым типом. Однако особо веских медицинских аргументов в пользу замены импланта после определенного срока нет»* [7]. Форум «Медицина и здоровье»: *«Написанное выше следует **принимать во внимание** только в том случае, если Ваш пост был серьезным вопросом, а не дешевой разводкой»* [7]. В этих примерах клише «принимать во внимание» лучше было бы заменить выражением «обращать внимание», а рассматриваемое нами словоупотребление квалифицировать как ошибочное. В словаре Г.И. Климовской клише «принимать во внимание» определяется как «учесть что-л., иметь в виду». Из определения понятно, что никаких сложностей в толковании семантики данного клише нет. Поэтому в текстах, не являющихся официально-деловыми, это клише может быть заменено синонимами, данными в определении: то есть «учесть что-л.» или «иметь в виду».

Таким образом, существуют ситуации, в которых использование официально-делового клише в интернет-коммуникации оправдано, уместно и не противоречит языковым и коммуникативным нормам. Это те ситуации, где адресат является официальной инстанцией либо использование клише не противоречит стилистике контекста. Однако зафиксирован ряд случаев, когда употребление официально-деловых клише является неуместным, нарушает

нормы. Последнее, как правило, обусловлено невысокой жанрово-стилевой компетентностью носителя

языка, внедряющего в разговорную стихию официально-деловые клише.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: проблема жанра [Текст] / Е.И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. - Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – 2006. – 175 с.
2. Дедова О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета). Дисс. докт. филол. наук. М. МГУ, 2006. – 525 с.
3. Казанцев А.И. Особенности перевода клише и штампов официально-делового языка (на материале французского языка): Учеб. пособие / Челяб. гос. ун-т. – Челябинск, 2002. – 66 с.
4. Климовская Г.И. Толковый словарь устойчивых словосочетаний русского языка. – Томск: Изд-во НТЛ, 2010. – 152 с.
5. Самелюк М. М. Интернет-досуг в контексте трансформации социального времени. Дис. ... канд. социолог. наук: 22.00.01, Москва, 2006. – 164с.
6. Burnett, R., Marshall, D. Web Theory: An Introduction. – London – New York: Routledge, 2003.
7. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. Дата обновления: 23.11. 2014. – URL: <http://ruscorpora.ru> (дата обращения: 03.12.2014).

### REFERENCES

1. Goroshko E.I. Internet-communication: problem of genre [Text] / E.I. Goroshko // Genres and types of text in scientific and media discourses – Interuniversity collection of scientific works. Release 4 – 2006. – 175 p.
2. Dedova O.V. Lingvosemiotic analysis of electronic hypertext (on material of Russian Internet). Dissertation of Doctor of Philology. M. MSU, 2006. – 525 p.
3. Kazantsev A.I. Specifics of translation clichés and stamps of business language (on material of French): Teaching aid / Chelabinsk State University. – Chelabinsk, 2002. – 66 p.
4. Klimovskaya G.I. Lexicon of russian set phrases. Tomsk: Publishing company NTL, 2010. – 152 p.
5. Sameluk M.M. Internet Activity in context of transformation of social time. Dissertation of PhD in Sociology: 22.00.01, Moscow, 2006 – 164 p.
6. Burnett, R., Marshall, D. Web Theory: An Introduction. – London – New York: Routledge, 2003.
7. National corpus of Russian language [Electronic resource]. Date of renewal: 23.11. 2014. – URL: <http://ruscorpora.ru> (date of treatment: 03.12.2014).