

Парманова У.
**Канцелярский дискурс:
от скрепки к степлеру**

В статье представлены традиционные и современные трактовки понятия дискурс и дается определение термина канцелярский дискурс. Дано краткое объяснение терминов канцелярский дискурс и деловой дискурс. Осуществлена попытка исследовать следующие вопросы, касающиеся канцелярского дискурса: формирование казахского канцелярского дискурса, положение и использование государственного языка в этой сфере, влияние канцелярского дискурса на языковую ситуацию и функционирование канцелярского дискурса в целом. Для решения поставленных задач были использованы данные документов, формирующих и сопровождающих канцелярский дискурс (лексикографические источники, таможенные декларации, прејскуранты и номенклатура канцелярских товаров и др.), проверялось наличие наименований и перевода канцелярских товаров в казахстанских словарях. Также обсуждались результаты анкетирования трех возрастных категорий респондентов-билингвов города Алматы (школьники; студенты; респонденты старше 30 лет).

Ключевые слова: дискурс, канцелярский дискурс, государственный язык, языковое планирование, языковая политика, социоллингвистика.

Parmanova U.
**Clerical discourse: from
clip to stapler**

This article presents traditional and modern interpretations of the discourse concept and definition of the new term clerical discourse. The brief explanation of the terms of clerical and business discourse was made in this article. The author attempts to answer the following questions about the clerical discourse forming, the importance and the level of the official language in this direction/area, clerical discourse affect on the linguistic situation and functioning of clerical discourse in general. In order to examine these questions, we used the data of documents which are formed and accompanied by clerical discourse (lexicographical sources, declarations of custom, price lists and nomenclature of office supplies, etc.). The availability of names and translations into the official language of office supplies were checked in dictionaries. We used the survey results of the three bilingual respondent groups (schoolchildren, students, respondents older than 30 years of Almaty), and sociolinguistic analyzes of results were also made.

Key words: discourse, clerical discourse, the official language, language planning, language policy, sociolinguistics.

Парманова У.
**Кеңсе дискурсы:
қағаз қыстырғыштан
степлерге дейін**

Мақалада дискурс терминінің дәстүрлі және заманауи мән-мағынасы талқыланып, кеңсе дискурсы аталатын жаңа терминнің анықтамасы ұсынылған. Кеңсе дискурсы мен іскери дискурс ұғымдарының арақатынасы мен қысқаша түсіндірмесі берілген. Сондай-ақ, мақалада қазақ кеңсе дискурсының құрылуы, бұл саладағы мемлекеттік тілдің орны мен қолданысы, кеңсе дискурсының тілдік жағдаятқа әсері және кеңсе дискурсының жалпы қолданысы жайында мәселелер қозғалған. Аталмыш мәселелерді зерттеу мақсатында кеңсе дискурсына байланысты зерттеу жұмысының мәліметтері (лексикографиялық мәліметтер, кеден декларациясы, кеңсе тауарларының номенклатурасы мен баға-парақтары және т.б) қолданылды, кеңсе тауарлары атауларының қазақша сөздіктерде белгіленуі, аударылуы бойынша анализ жүргізілді. Сонымен қатар, бұл мақалада аталмыш тақырып бойынша жас ерекшелігіне байланысты үш түрлі топқа жататын билингв-респонденттерге (Алматы қаласының оқушылары, студенттері және 30 жастан асқан респонденттер) жүргізілген сауалнама нәтижелері қолданылып, әлеуметтік лингвистика тұрғысынан сарапқа салынды.

Түйін сөздер: дискурс, кеңсе дискурсы, мемлекеттік тіл, тілдік жоспарлау, тіл саясаты, әлеуметтік лингвистика.

КАНЦЕЛЯРСКИЙ ДИСКУРС: ОТ СКРЕПКИ К СТЕПЛЕРУ

Большинство исследователей считают, что определение термина *дискурс* до сих пор неоднозначно и неустойчиво. В первую очередь, это связано с тем, что понятие *дискурс* используют многие интегративные науки, как социолингвистика, психолингвистика, прагматическая лингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика и др., и определить категориальные границы *дискурса* как научного понятия чрезвычайно трудно. В этом можно убедиться, обратившись к разным трактовкам этого понятия, которые демонстрируют всю глубину и сложность понятия *дискурс*. Так, Эмиль Бенвенист, разрабатывая теорию высказывания в 50-е годы XX в. впервые применяет традиционный для французской лингвистики термин *discours* в новом значении: дискурс – это «речь, присваиваемая говорящим» [1, 296]. В это же время другое назначение термина *дискурс* встречается в исследованиях американского лингвиста Зеллинга Харриса. По его мнению, дискурс – особая форма коммуникации, которая показывает и объясняет реальный и специфический диалог между коммуникантами [2, 91]. Похожий подход реализован много позже Михаилом Макаровым, который долгое время исследовал «дискурсивную психологию», основы теории дискурса и изучал проблемы межкультурной коммуникации: «Дискурс – это связь текста с речью (дискурс = текст + речь), которая выявляет экстралингвистические факторы, и в то же время, коммуникативную роль языка» [2, 100]. Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь». Поэтому термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [3, 136].

Приведенные представления отражают многообразие операций высокой степени сложности, совершаемых участниками коммуникации. Как видим, в вышеизложенных мнениях и определениях нет и однородного подхода. Вместе с тем, совершенно очевидно, что *дискурс* имеет два важнейших аспекта: *когнитивно-дискурсивный* и *коммуникативно-дискурсивный* аспекты. В словаре социолингвистических терминов, изданном под редакцией проф. Э.Д. Сулейменовой, термин *дискурс* определяется таким образом: «1. Речь, реальный текст, рассматриваемый во всей полноте своего выражения и цели с учетом внеязыковых

факторов (социальных, культурных, психологических), существенных для успешной коммуникации; организация текстовых материалов в соответствии с ритмом, интонацией и др. признаками. 2. В критическом дискурсном анализе дискурс – это способ репрезентации, понимания и существование в мире. Дискурс относится не только к существованию языка, но и к представлениям, идеологии» [4, 91].

В данной статье мы рассматриваем канцелярский дискурс как один из типов делового дискурса. Г.Г. Буркитбаева определяет деловой дискурс как «один из типов дискурса, конкретное воплощение инвариантной модели дискурса в конкретной коммуникативной бизнес-ситуации, создаваемый определенной группой людей, имеющих то или иное отношение к бизнесу. Конкретной реализацией деятельности этих людей в бизнес-ситуации будут тексты, выраженные в форме различных жанров делового дискурса» [5, 6].

Приведенное определение рассматривает деловой дискурс как деятельность по продуцированию и репродуцированию письменных текстов, создание которых осуществляется конкретными людьми, включенными в определенную дискурсивную практику.

В нашем случае – это те люди, которые непосредственно имеют дело с канцелярскими принадлежностями при их производстве, распространении и использовании. Отвлекаясь от когнитивного, социального, экспрессивного и иных аспектов, можно сконцентрироваться лишь на фрагменте делового дискурса – канцелярском дискурсе и дать ему следующее рабочее определение: *канцелярский дискурс* – это фрагмент делового дискурса, непосредственно связанный с продуцированием и воспроизведением названий канцелярских принадлежностей в практике производства письменных документов и операций с ними.

С нашей точки зрения, актуальность исследования канцелярского дискурса в Казахстане очевидна и заключается в исследовании функционирования канцелярских наименований. Поскольку канцелярский дискурс, как и любой иной дискурс, существует в конституации реального взаимодействия языков, то в нашем случае он будет усложняться и знанием участниками канцелярского дискурса языков (казахского, русского, уйгурского, узбекского и др.), и знанием казахского и русского языков как главных взаимодействующих коммуникативных субъектов.

В Казахстане, сложилась непростая языковая ситуация вокруг канцелярского дискурса, что, в свою очередь, воздействует на языковое планирование не в лучшую сторону. Это можно проследить на примерах использования специальных терминов в магазинах канцелярских товаров города Алматы. Лингвистическо-исследовательский рейд был проведен в магазинах фирмы «Abdi» и мелких торговых точках города, предлагающих покупателям канцелярскую продукцию. Всего было исследовано содержание товаров более 50 магазинов, названия которых были или на русском, или на английском языках, но не на государственном языке. Общее количество обследованных торговых точек составило 90% от существующих магазинов канцелярских товаров в южной столице. В довольно известной компании «Abdi», которая уже 20 лет монополично существует на рынке Казахстана, нет преysкурантов на государственном языке. На сайте компании www.abdi.kz мы не нашли точную и грамотную информацию для казахской аудитории на казахском языке.

Согласно статье 8 «Закона о языках Республики Казахстан», *языком работы и делопроизводства государственных органов, организаций и органов местного самоуправления Республики Казахстан является государственный язык, наравне с казахским официально употребляется русский язык* [6]. Однако на информационных блоках многих канцелярских товаров не соблюдаются нормы и порядок подачи и печати информации на государственном языке: практически во всех преysкурантах, на ценниках канцелярских товаров нет информации на государственном языке (не говоря уже о дизайне). По итогам исследования (проверка на наличие перевода на государственный язык) перевод на казахском языке составил только 26 %, когда на английском 85 %, на русском 39 %. Это означает, что не все импортированные канцелярские товары проходят сертификацию, иначе бы все имели вариант перевода на государственный язык. Все эти обстоятельства делают корпус канцелярских единиц неоднородным и сложным. Однако до сих пор нет исследований, посвященных узусу единиц канцелярского дискурса и их функционированию.

В этой связи считаем важным напомнить, что в Статье 6 (Общие и специальные требования к рекламе) Закона о Рекламе РК говорится: «Реклама независимо от формы или используемого средства распространения, размещения должна быть достоверной, распознаваемой без специальных знаний или применения специальных

средств непосредственно в момент ее представления. 2. Реклама на территории Республики Казахстан, за исключением периодических печатных изданий, распространяется на государственном и русском языках, а также по усмотрению рекламодателя и на других языках» [7].

Согласно пункту 1 Статьи 32 (Требование к товарам) Закона РК «О регулировании торговой деятельности», информация о требованиях к качеству товара (товарный знак изготовителя; страна происхождения товара; информация о составе товара; для продовольственных товаров – пищевая ценность; дата изготовления; срок хранения и годность; указание нормативного документа по стандартизации; иные сведения в соответствии с нормативными документами по стандартизации) должна содержаться на этикетках, ярлыках, листах-вкладышах *на казахском и русском языках*. При этом *запрещено осуществлять продажу* товаров, не соответствующих требованиям, установленным в пункте 1 настоящей статьи [8]. Также, согласно статье 281 Кодекса Республики Казахстан «О таможенном деле в Республике Казахстан» (пункт 2), таможенный орган должен осуществлять таможенный контроль и вправе потребовать перевод сведений, содержащихся в документах, на казахский или русский язык [9].

Наблюдения над существующим положением убеждают не только в несоблюдении законов о языках, но и в том, что существует большой разрыв между формирующимся казахским канцелярским дискурсом и использованием казахских названий канцелярских принадлежностей.

В современных словарях, которые выпускались с 2000 года, все еще нет казахских наименований *степлера, флешки, скотча, стикера, фломастера, замазки* и иных канцелярских артефактов, без которых не обходится ни один офисный работник, школьник, студент, учитель, продавец. В социолингвистическом исследовании, которое проводилось среди студентов г. Алматы, были «свои» ответы: *стеблер, степлерь* (степлер), *бейджик, бэйджик, бейджиг, виджик* (бейджик), *флэшка, флэйшка, USB* (флешка), *скоч, скочь, скотиц, скотчь, стотч* (скотч) и т.д. Можно предположить, что данные ошибки происходят из-за отсутствия в словарях названий данных единиц.

В ходе исследования нам удалось составить глоссарий, общий объем которого составляет 426 наименований. В двуязычных словарях (казахско-русский / русско-казахский) удалось найти переводы 28 единиц (*бумага, бескислотная бумага, писчая бумага, печатная бумага, перга-*

ментная бумага, промокательная бумага, ценная бумага, ручка, скрепка, пенал, папка, карандаш, химический карандаш, цветные карандаши, клей, тетрадь, черновая тетрадь, общая тетрадь, нотная тетрадь, тетрадь для рисования, тетрадь в линейку, тетрадь в клетку, классная тетрадь, ластик, линейка, логарифмическая линейка, блокнот, маркер), что составляет всего 6,5 % общего количества наименований. Данные показатели определяют необходимость перевода и систематизации канцелярских наименований, что, в свою очередь, показывает актуальность исследуемой темы. Необходимо найти для канцелярских наименований истинно казахское слово, внутренняя форма которого будет ясной и легко запоминающейся. Например, у степлера есть новый аналог на казахском языке – *тістепілер*, который является удачным переводом и соответствует как семантически, так и по внешней форме.

В исследовании канцелярского дискурса нужно пояснить два термина, которые определяют функционирование языка в данной сфере: *языковая ситуация* и *узус*. *Языковая ситуация* – *контекст реального использования языка/языков в обществе* [4, 271]. *Узус* (от лат. *usus* – *пользование, употребление, обыкновение*) – *массовая и регулярная воспроизводимость данной единицы языка, отработанная и закреплённая в общественном употреблении. Лингвистика изучает как отдельное употребление языкового явления в речи, так и весь сложившийся и складывающийся массив языковых употреблений* [10]. Исходя из этих двух понятий, была сформулирована гипотеза, согласно которой картину современного узуса в казахском канцелярском дискурсе можно представить, если охарактеризовать употребление наиболее частотных языковых единиц.

Для этого мы создали анкету с рисунками 19 частотных единиц обиходного канцелярского дискурса: *ручки, степлера, карандаша, маркера, флешки, фломастера, скрепки, скотча, замазки, тетради, тетради в клетку, тетради в линейку, пенала, бейджа, блокнота, клея, линейки, папки, точилки*.

Анкета была составлена на двух языках и содержала традиционную паспортную часть и единственный вопрос: *Суреттерде берілген заттарды күнделікті қолданыста қалай атайсыз? Как Вы называете эти вещи в каждодневном употреблении?*

Респонденты-билингвы были представлены тремя группами: 1. школьники 2. студенты 3. респонденты старше 40.

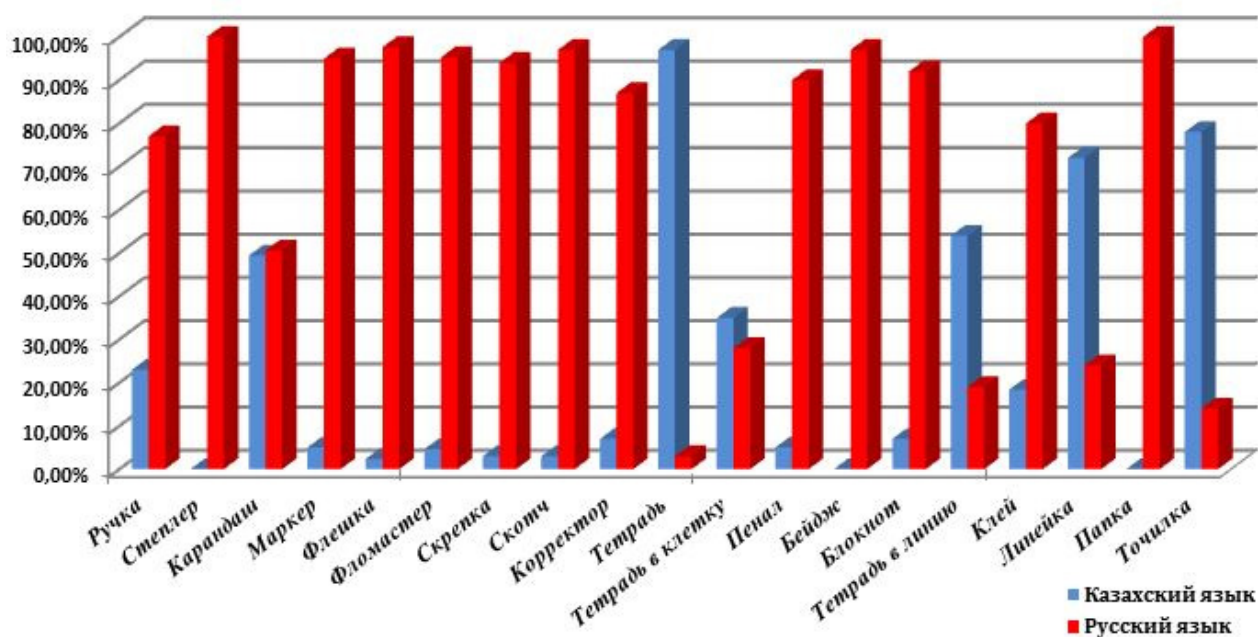


Рисунок 1

Анкетирование проводилось в соответствии с основными требованиями социолингвистики:

Выбор языка анкеты осуществлялся билингвами самостоятельно.

Инструкции по анкетированию были даны до раздачи анкет.

Респонденты имели время и возможность для вопросов.

Респондентам были созданы условия для непринужденной работы.

На ответ респондентам отводилось одинаковое время 40 минут.

Полученные результаты анкетирования трех групп респондентов оказались неутешительными (Рисунок 1¹).

Независимо от языка анкеты, на казахском языке наблюдалось преимущественное использование русских названий предъявленных предметов.

Итоговый процентный показатель употребления номиналов канцелярского дискурса приведен в Таблице 1.

Приведенные данные в таблице 1 формируют неутешительную картину: в современном казах-

танском социуме доминирует употребление русских названий канцелярских принадлежностей. Очевидно и положение, и уровень употребления государственного языка в сфере канцелярского дискурса. Столь же очевиден ответ на вопрос о наличии казахского канцелярского дискурса. Мы столкнулись даже с фактами, когда респонденты не могли вспомнить казахские названия *ручки, карандаша, клея* и других привычных бытовых канцелярских предметов. Объяснить сложившуюся ситуацию можно по-разному: наличием поколений, сформировавшихся в советское время, когда доминирующим был русский язык; потерей права выбора языка из-за того, что русский язык продолжает сохранять господствующее положение в разных коммуникативных сферах, и так далее и тому подобное.

Таблица 1 – Употребление номиналов канцелярского дискурса (%)

на государственном языке	на русском языке	на двух языках	нет ответа
24	70	2	4

В Государственной программе функционирования и развития языков, принятой на 2010-2020 годы, есть положения о регулировании исполь-

¹ В диаграмме представлены обобщенные ответы всех трех групп респондентов-билингвов без разбивки их по возрасту. Процентные соотношения в диаграмме указаны без неправильных (некорректных) ответов респондентов, поэтому некоторые процентные данные не достигают 100%.

зования казахского языка. Со стороны уполномоченных органов необходимо осуществлять постоянный мониторинг и контроль над использованием казахского языка в сфере канцелярского дискурса. Комитету по языкам Министерства культуры, Министерству образования и науки, Министерству труда и социальной защиты населения необходимо проводить соответствующую просветительскую работу, работать над тем, чтобы граждане использовали казахские названия канцелярских принадлежностей. В первую очередь, это касается тех учреждений, которые непосредственно связаны со сферой канцелярской работы: в магазинах, складах, таможне и проч. должны использоваться казахские названия и должна быть подробная грамотная информация на казахском языке о товарах или предоставляемых услугах.

Министерство культуры должно снять мимиолики, анимационные мультфильмы, выпускать красочные брошюры для детей и взрослых, в которых дается перевод и толкование канцелярской терминологии на казахском языке.

Нужны словари, в том числе словари канцелярского дискурса. Существующую лексикографическую лауну необходимо в кратчайшие сроки заполнить, а также распространить словари канцелярской терминологии среди школьников, студентов, учителей, среди жителей, компаний, которые занимаются переводами и оказывают рекламные услуги. В школах, в детских садиках, в социальных домах, университетах проводить разъяснительную работу по использованию казахских наименований канцелярских артефактов. Для подобной работы представляется эффективным использование различных социальных сетей.

Литература

- 1 Бенвенист Э. Общая лингвистика. – Изд. 3-е – М.: Эдиториал УРСС, 2009. – С. 296.
- 2 Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – С. 110.
- 3 Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136 – 137.
- 4 Сүлейменова Э.Д., Шәймерденова Н.Ж., Смағұлова Ж.С., Ақанова Д.Х. әлеуметтік лингвистика терминдерінің сөздігі // Словарь социолінгвистических терминов. – Астана: Арман-ПВ, 2008. – С. 91.
- 5 Буркитбаева Г.Г. Деловой дискурс: онтология, интеракция и жанры. – Алматы: НИЦ «Ғылым», 2005. – С. 6.
- 6 Закон Республики Казахстан от 11 июля 1997 года «О языках в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 30.01.2014 г.) // <http://prokuror.gov.kz>
- 7 Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года «О рекламе» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 28.12.2010 г.) // <http://online.zakon.kz>
- 8 Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года «О регулировании торговой деятельности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 29.12.2014 г.) // <http://online.zakon.kz>
- 9 Кодекс Республики Казахстан от 30 июня 2010 года «О таможенном деле в Республике Казахстан» // <http://online.zakon.kz>
- 10 Русский язык. Энциклопедия русского языка // <http://russkiyazik.ru>

References

- 1 Benvenist E. Obschaya lingvistika. – Izd. 3-e. – M.: Editorial URSS, 2009. – С. 296.
- 2 Makarov M.L. Osnovy teorii diskursa. – M.: Gnozis, 2003. – С. 110.
- 3 Arutyunova N.D. Diskurs // Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'. – M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1990. – S. 136 – 137.
- 4 Suleymenova E.D., Shaymerdenova N.Zh., Smagulova Zh.S., Akanova D.H. Aleumettik lingvistika terminderiniń sozdigi // Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov. – Astana: Arman-PV, 2008. – С. 91.
- 5 Burkitbaeva G.G. Delovoy diskurs: ontologiya, interaktsiya i zhanry. – Almaty: NITs «Gylym», 2005. – С. 6.
- 6 Zakon Respubliki Kazahstan ot 11 iyulya 1997 goda «O yazykah v Respublike Kazahstan» (s izmeneniyami i dopolneniyami po sostoyaniyu na 30.01.2014 g.) // <http://prokuror.gov.kz>
- 7 Zakon Respubliki Kazahstan ot 19 dekabrya 2003 goda «O reklame» (s izmeneniyami i dopolneniyami po sostoyaniyu na 28.12.2010 g.) // <http://online.zakon.kz>
- 8 Zakon Respubliki Kazahstan ot 12 aprelya 2004 goda «O regulirovanii torgovoy deyatel'nosti» (s izmeneniyami i dopolneniyami po sostoyaniyu na 29.12.2014 g.) // <http://online.zakon.kz>
- 9 Kodeks Respubliki Kazahstan ot 30 iyunya 2010 goda «O tamozhennom dele v Respublike Kazahstan» // <http://online.zakon.kz>
- 10 Russkiy yazyk. Entsiklopediya russkogo yazyka // <http://russkiyazik.ru>