

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ

**ВАРИАТИВНОСТЬ ЖАНРОВЫХ ПРИЗНАКОВ СОВРЕМЕННОГО  
ДЕЛОВОГО АНГЛИЙСКОГО ПИСЬМА**

Выпускная квалификационная работа

обучающейся по направлению подготовки  
45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика  
очной формы обучения,  
группы 04001516  
Страховой Кристины Олеговны

Научный руководитель  
кандидат филол. н.,  
доц. Воробьева А.Е.

**БЕЛГОРОД 2019**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Лингвостилистические особенности жанра делового письма в современном английском языке.....	6
1.1. Общая характеристика официально-делового функционального стиля.....	6
1.2. Определение и статус жанра делового письма.....	10
1.3. Деловое письмо как тип письменного текста.....	17
Выводы по Главе 1.....	20
Глава 2. Языковая репрезентация разнообразных жанровых признаков современного делового английского письма.....	21
2.1. Жанровая классификация деловых писем.....	22
2.2. Языковые средства репрезентации жанровых признаков делового письма.....	25
2.2.1. Принцип сотрудничества.....	25
2.2.2. Языковые формы выражения вежливости. ....	28
2.2.3. Культура оформления делового письма. ....	35
2.2.4. Коммуникативно-прагматическая организация текста делового письма.....	42
2.2.5. Актуализация отношения адресант - адресат в тексте делового письма .....	44
2.3. Жанровая специфика делового электронного письма.....	48
Выводы по Главе 2.....	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
Список литературы.....	64

## ВВЕДЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа «Вариативность жанровых признаков современного делового английского письма» рассматривает актуальные вопросы исследования различных жанровых особенностей деловой корреспонденции на английском языке. Интерес к данной теме во многом обусловлен тем, что в настоящее время интенсивно развивается международное сотрудничество между представителями российского бизнеса, науки, культуры и их зарубежными партнерами в различных сферах жизнедеятельности, что не может не отразиться на развитии официально-деловой сферы общения. В России динамично развиваются все сектора рыночной экономики. Результатом активного расширения делового сотрудничества является создание миллионов и миллионов листов деловой документации, в том числе деловых писем. Специфика официально-делового функционального стиля делового текста достаточно хорошо изучена и подробно описана лингвистами, которые занимаются исследованием функциональной стилистики. Однако, в связи со сменой лингвистических парадигм в условиях динамичного развития современного мира постоянно меняются условия функционирования различных стилей и подстилей в целом и официально-делового функционального стиля в частности, что затрудняет процесс определения и описания тенденций развития определенных конкретных языковых особенностей различных подсистем. Это в свою очередь вновь вызывает интерес к изучению лингвостилистических особенностей текста деловой документации, а также к тщательному рассмотрению его в других аспектах, например, в коммуникативном и прагматическом аспектах, с точки зрения вариативности жанровых признаков.

Таким образом, **актуальность** выбранной темы обусловлена, в первую очередь, необходимостью изучения лингвостилистической специфики делового текста в условиях меняющейся лингвистической парадигмы в связи с

постоянно меняющимися условиями функционирования различных стилей и подстилей. Актуальность выбранной области исследований определяет **цель** исследования, которая заключается в тщательном рассмотрении и описании вариативности жанровых признаков делового письма в коммуникативно-прагматическом и лингвистическом аспектах.

Достижение поставленной цели исследования требует решения следующих **задач**:

- 1) Рассмотреть общие характеристики официально-делового функционального стиля.
- 2) Выработать классификации субжанров делового письма.
- 3) Выявить и описать основные характеристики делового письма.
- 4) Определить реализуемые цели адресата и элементы этикета в зависимости от типа и функций делового письма, а также стратегии и тактические приемы, используемые автором для своих целей.
- 5) Рассмотреть особенности языковой репрезентации разнообразных жанровых признаков современного делового английского письма

**Объектом** исследования является текст делового письма как жанра официально-делового функционального стиля.

**Предмет** исследования –способы реализации вариативности жанровых признаков делового письма под воздействием коммуникативно-прагматических и других факторов в переписке.

**Материалом** для анализа послужили тексты деловых писем.

**Методы** исследования: метод наблюдения, описательный метод, коммуникативно-прагматический подход.

**Практическая ценность:** результаты проведённой исследовательской работы могут быть использованы в обучении студентов функциональной стилистике, деловому этикету, официально-деловому стилю.

Предмет, цель и задачи исследования детерминируют **структуру** данной работы, которая состоит из Введения, двух глав, Заключения и Списка использованной литературы.

Теоретическую базу исследования составили работы таких авторов, как Арнольд И.В., 1977; Беляева Е.И., 1985, 1988; Калюжная В.В., 1977; Розенталь, 1987; Стернин И.А., 1996 и др.

Во **Введении** обосновывается актуальность выбранной темы, формулируются цели, задачи и методы исследования, а также и теоретические и методологические базы.

В **Главе 1** рассматриваются вопросы, которые служат основой для систематизации основных особенностей официально-делового функционального стиля, классификации типов современного делового письма, а также описания основных его характеристик.

В **Главе 2** особое внимание уделяется особенностям языковой репрезентации разнообразных жанровых признаков современного делового английского письма.

В **Заключении** выпускной квалификационной работы обобщены результаты проведённого теоретического и практического исследования, сформулированы основные выводы.

Глава 1. Лингвостилистические особенности жанра делового письма в современном английском языке.

Деловое письмо является жанром официально-делового функционального стиля, что предопределяет лингвостилистические особенности исследуемого делового документа. Выбор языковых средств и структура делового письма определяются его целями и задачами.

Следовательно, целесообразно начать с рассмотрения особенностей официально-делового стиля.

1.1. Общая характеристика официально-делового функционального стиля.

Во многих теоретических работах деловой стиль определяется как набор языковых средств, основной функцией которых является обслуживание деловой сферы, которая в настоящее время интенсивно развивается в форме международного сотрудничества между представителями российского бизнеса, науки, культуры и их зарубежными партнерами в различных сферах жизнедеятельности, что не может не отразиться на развитии официально-деловой сферы общения. Следовательно, деловая устная и письменная речь реализуется в широкой сети актуальных официально-деловых ситуаций и может быть представлена как набор соответствующих жанров документов. Следовательно, можно выделить несколько основных моментов, характеризующих данную сферу.

1. Рассматриваемая сфера настолько широка, что возможно выделить по крайней мере три подстиля (другими словами, разновидности) делового стиля:

1) собственно официально-деловой,

- 2) юридический (язык законов и указов),
- 3) дипломатический.

Выделяемые подстили имеют ряд отличий, при этом они функционируют в одной сфере и, следовательно, они близки по своим основным характеристикам. При сравнении официально-деловых и дипломатических документов становится очевидным, что они главным образом нацелены на достижение двусторонней договоренности или на изложение позиций сторон в отношении того или иного вопроса. При этом дипломатический подстиль имеет особую «этикетную» природу. В отличие от первых двух подстилей «язык законов» отличает стремление к определению и описанию условий и обстоятельств, влекущих за собой юридическую ответственность.

2. Каждой отдельной деловой ситуации соответствует определенный жанр документа, то есть содержание и правила создания каждого отдельного документа определяются множеством реальных деловых обстоятельств, которые группируются по типу ситуации. Следовательно, форма и языковая реализация документов являются стандартизованными, что выступает как основная характеристика деловой коммуникации.

3. В сфере делового общения циркулируют в первую очередь документы или деловые бумаги, которые имеют юридическую силу. Таким образом, сам этот факт обуславливает письменный вариант реализации языковых средств официально-делового стиля. Очевидно, что письменное изложение делового документа детерминирует выбор языковых средств и принципы его построения. Письменная речь не подразумевает наличие собеседника, поэтому требует развернутого и полного изложения сообщаемой информации, ибо ситуация должна быть восстановлена во всех подробностях, чтобы сделаться понятной собеседнику (Выготский, 1999).

4. Лингвисты традиционно выделяют два основных типа текстов: информативный, где преобладает когнитивная информация, (научный, деловой) и экспрессивный, где преобладает эмоциональная и эстетическая информа-

ция, (публицистический, художественный). Очевидно, что в деловой речи представлены тексты первого типа, что предопределяет её стилистические особенности.

Основной коммуникативной задачей делового текста является сообщение информации. Для реализации данной задачи пишущий стремится придать максимально четкий, ясный и сдержанный характер изложению. Это возможно лишь при использовании стилистически нейтральных языковых средств в рамках официально-деловой письменной нормы. С другой стороны, реализация поставленной задачи полностью исключает употребления в деловых текстах экспрессивно и эмоционально окрашенных языковых средств, идиоматических выражений или слов, которые употребляются в переносном смысле, так как подобные элементы могут быть по-разному интерпретированы, что противоречит основным требованиям к написанию делового текста.

5. Вышеуказанные выводы предопределяют однозначность изложения информации в деловой речи. Выполнение этого требования возможно только при использовании в деловой коммуникации терминов или терминизированных специальных средств языка. Это в первую очередь обусловлено тем, что деловые письма, как и другая деловая документация обладают юридической силой и могут быть использованы в судебных разбирательствах. Двусмысленность в подобных ситуациях неприемлема. Поэтому в деловой документации также часто встречается тавтология, используемая с целью более полного и ясного изложения информации.

Многие исследователи указывают, что идиоматические выражения, которые характерны для жанра делового письма, выполняют те же функции, что и термины в научной письменной речи. Необходимость объективного, точного и детального изложения информации лимитирует также употребление в деловых текстах личных и указательных местоимений – I, we, he, she, they(я, мы, он, она, оно, они), поскольку местоимения являются средствами

вторичной номинации и их использование в контексте - при наличии в нем более одного существительного того же рода - может нарушить точности и ясности изложенной информации.

Текст деловой документации выстраивается по логическому принципу, а не по ассоциативно-образному. Реализация требования логичности и аргументированности изложения во многом обусловлена применением обилия сложных конструкций в письменной деловой речи. В рассматриваемых текстах широко употребляются сложноподчиненные предложения с союзами, при помощи которых передаются логические отношения (разного рода придаточные причины, следствия, условия), а также всякого рода уточнения (причастные и деепричастные обороты, вводные конструкции), сложные союзы (типа вследствие того, что), дифференцирующие смысловые отношения, и предлоги (типа на предмет чего).

Вышеперечисленные характерные лингвостилистические особенности делового стиля, а именно: стилистические, лексические, морфологические и синтаксические, соответствуют официально-деловому варианту письменной литературной нормы.

Для деловой документации в целом и деловых писем в частности важно соблюдение требований объективности, обоснованности и безличности, предписывающий характер изложения при объективном изложении фактов. Рассматриваемые тексты с подробной рубрикацией характеризуются стремлением к общности, к смысловой однозначности прочтения. Деловые документы не допускают двояких толкований и исключают повторение одних и тех же идей, фактов и излишние, не относящиеся к обсуждаемому вопросу, подробности. Все формы и типы делового письма объединяет обязательное строгое следование правилам литературной нормы на всех языковых уровнях. Особенности официально-делового стиля исключают использование фразеологических средств характерных для разговорного и просторечного стилей. Исключается также применение диалектных и профессионально-

жаргонных слов. Ограничения в лексике исключают использование нелитературных вариантов словоизменения и словообразования, а также синтаксических конструкций, употребляемых в разговорной речи. Официально-деловой стиль является нейтральным и, соответственно, для него не характерно использование экспрессивных элементов: оценочной лексики, высоких или сниженных слов (шутливых, иронических), образных выражений.

Далее мы рассмотрим отдельно определение жанра делового письма и статус жанра делового письма, который отличается от других жанров официально-делового стиля.

## 1.2. Определение и статус жанра делового письма.

На сегодняшний день лингвисты, которые занимаются исследованиями делового письма, не пришли к согласию по вопросу о составе и количестве признаков, которые являются жанрообразующими для деловых писем.

В соответствии с основными положениями функциональной стилистики жанр является определенным типом речевых произведений, который складывается из нескольких составляющих. Согласно определению М.М. Бахтина, речевой жанр -относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказывания (Бахтин, 1996). М.Н. Кожина в дальнейшем развивала высказанные идеи и предложила определение жанра как «разновидности литературного произведения, характеризующегося по сферам общения различными особенностями назначения, направленностью содержания, своеобразием форм и построения текста в композиционно-сюжетном плане, размером и некоторыми другими признаками» (Кожина, 1983:198). Такие лингвисты, как, например, О.А. Крылова, определяют жанр как выделяемый в рамках того или иного функционального стиля вид речевого произведения, характеризующийся единством конструктивного прин-

ципа, своеобразием композиционной организации материала и используемых стилистических структур (Крылова, 1979).

Мы в нашей работе разделяем мнение, сформулированное О.А. Крыловой. На наш взгляд представленное лингвистами определение является наиболее емким и точным, поскольку они рассматривают жанр делового письма как относящийся к официально-деловому функциональному стилю. Авторы также отмечают, что жанр делового письма характеризуется особыми признаками на различных уровнях языка: фонетическом, лексическом, синтаксическом.

Многие лингвисты выделяют ряд ключевых жанровых характеристик делового письма, а именно:

1) Деловое письмо является частью деловой документации. Однако в отличие от других документов, его основной целью является выстраивание контактов между коммуникантами и сообщение информации. При этом адресат и адресант традиционно находятся на значительном расстоянии, что обуславливает необходимость переписки, а также могут быть и юридическими, и физическими лицами.

2) Деловое письмо подразумевает обязательную обратную связь, так как развитие партнерских отношений невозможно реализовать без обратной связи между адресантом и адресатом. Очевидно, что статус деловых партнеров в обществе и в бизнесе определяется рядом социально-экономических и культурных условий их делового общения. Те же социально-экономические и культурные условия делового общения предопределяют выбор типа делового письма с соответствующий жанровой спецификой.

3) Разные типы деловых писем объединяют общие лингвостилистические особенности, то есть отдельное деловое письмо не может нести отчетливую индивидуальность. При этом письмо должно быть однозначно интерпретировано и конкретно понято участниками переписки. Сфера применения деловой корреспонденции достаточно широкая, начиная от дипломатических

связей на высшем уровне и заканчивая обсуждением условий договорённостей между мелкими предприятиями.

Ключевой целью создания делового письма является реализация целей адресанта, которая невозможна без оказания определенного воздействия (активизации, мотивации) адресата с целью добиться желаемого результата коммуникации. Автор выбирает определенные языковые единицы и языковые конструкции с учетом прогнозируемой обратной связи со стороны адресата еще до того, как он написал и отправил сообщение. Очевидно, что, будучи частью сферы деловой коммуникации, деловое письмо выполняет соответствующую коммуникативно-прагматическую функцию, которую можно определить, как типичную речевую реализацию прагматической цели автора. При этом указанная цель всегда обусловлена нормами социально-функциональной сферы. Прагматическая цель автора — это представление (прогнозирование) об общем результате, который, по мнению автора письма, должен быть достигнут в процессе письменного делового общения вообще и в результате воздействия данного конкретного делового письма на адресата, в частности. В этом смысле деловое письмо реализует общую психическую закономерность, «сознательное целеполагание - ментальный процесс, характеризующийся формированием идеального образа предстоящей деятельности на основе знания потребностей коммуникантов и свойств обстановки, с учетом прошлого опыта» (Чуковенков, 2004:320).

Таким образом, несомненно, что общей прагматической целью автора является воздействие на адресата; цель детерминирует выбор языковых средств, которые способствуют её реализации, формируя соответствующую коммуникативно-прагматическую функцию письма. В зависимости от функции письма адресат воспринимает деловое письмо, как просьбу, требование, жалобу, извинение, сочувствие, поздравление, рекламацию и т.п.

Существует множество классификаций деловых писем. Так, А.О. Стеблева предлагает использовать критерий «коммуникативно-прагматической

функции письма» для классификации деловых писем. В соответствии с выбранным критерием автор делит все письма на следующие группы:

1. Письма, общей коммуникативной целью которых является сообщение о положении дел в действительности. В эту группу входят письма, коммуникативно-прагматической функцией которых является информирование (информационное письмо, письмо-подтверждение, письмо-удостоверение, сопроводительное письмо);

2. Письма, общей коммуникационной целью которых является изменение положения дел в действительности. В эту группу входят письма, коммуникативно-прагматической функцией которых является побуждение (письмо-запрос, письмо-просьба, письмо-заказ);

3. Письма, сочетающие в себе коммуникативно-прагматические функции информирования и побуждения (письмо-напоминание, письмо-требование, письмо-реклама, письмо-предложение, письмо-рекламация, письмо-жалоба, письмо с просьбой о принятии на работу);

4. Письма, общей коммуникативной целью которых является установление соответствия между сообщением и положением дел в действительности. В эту группу входят письма, коммуникативно-прагматической функцией которых является декларация (письмо о назначении на должность, письмо об уходе на пенсию, письмо об увольнении);

5. Письма, общей коммуникативной целью которых является выражение эмоционально-психологического состояния автора, вызванного положением дел в действительности. В эту группу входят письма, коммуникативно-прагматической функцией которых является экспрессивность (письмо-извинение, письмо-благодарность, письмо-соболезнование).

6. Письма, общей коммуникативной целью которых является выражение отношения автора к оказанному на него воздействию. В эту группу входят письма, коммуникативно-прагматической функцией которых является реагирование (письмо-согласие, письмо-отказ)

П.В. Веселов в основе своей классификации использует ряд аспектов деловых писем. При этом все письма он группирует в:

1) констатирующие (письма-напоминания, письма-подтверждения, письма-предупреждения, письма-извещения), которые не требуют ответа, но имеют юридическое значение;

2) сопроводительные, которые сопровождают материальные ценности или другие документы, исполняют роль ярлыка, этикетки, прикладываемой к отправляемым документам, и фиксируют факт отправки.

По функциональному признаку письма делятся на письма, требующие и не требующие ответа. По аспектному содержанию они могут быть одноаспектными (с одной целью, например, напоминание, гарантия) и многоаспектными. По тематическому признаку, как упоминалось выше, П.В. Веселов проводит условное различие между деловой и коммерческой корреспонденцией. Разница состоит в том, что первая оформляет экономические, правовые, финансовые и все другие формы деятельности предприятия. Однако это различие сводится лишь к разной терминологии и фразеологии (Веселов, 1989:76).

По структурным признакам переписка может быть регламентированной (стандартной), т.е. по определенному образцу, и нерегламентированной (нестандартной), т.е. отражающей исключительность, необычность данного производственного момента.

И.Р. Гальперин отмечает, что основной целью деловой речи является достижение договоренности между двумя и более заинтересованными сторонами. Это и предопределяет характерные особенности языка этого стиля. Среди особенностей выделяются:

- 1) специфическая терминология и фразеология;
- 2) традиционность средств выражения;
- 3) наличие всякого рода сокращений, аббревиатур, сложносокращенных слов и т.д.;

- 4) употребление слов в основных предметно-логических значениях;
- 5) отсутствие образных средств (метафор, метонимии и др.);
- 6) использование эмоционально-окрашенной лексики в качестве формул обращения, условных обозначений просьбы, отказа, заключения и т.д. (Гальперин, 1958)

Деловое письмо должно располагать адресата к себе проявлением искренности. Общий тон письма, при всей его подчеркнутой официальности и деловитости, должен быть доброжелательным по отношению к адресату, что способствует установлению более прочного взаимопонимания между участниками переписки. Письмо должно быть исполнено уважением к адресату: это и должная предупредительность по отношению к партнеру, и такт в общении с ним, и подчеркнутое понимание его интересов и проблем.

Исходя из специфики стиля при подготовке содержания письма рекомендуется:

1. Излагать суть дела преимущественно простыми, короткими предложениями, стараться избегать причастных и деепричастных оборотов, и бесконечных «а также», отдавать предпочтение прямому порядку слов в предложении - подлежащее предшествует сказуемому, определение стоит перед определяемым словом, а вводные слова находятся в начале предложения;

2. Применять устойчивые словосочетания и обороты письменной речи;

3. Употреблять специальные термины в их общепринятом, единообразном для понимания толковании, и только в том случае, если применение термина является совершенно необходимым, исключить архаизмы, отжившие канцелярские обороты, заимствования из местных диалектов. Следует также остерегаться включения в текст различных недавно появившихся выражений, профессионального жаргона и т. п.;

4. Излагать суть проблемы в спокойном, ровном тоне. Проявление, как чрезмерной любезности, так и недоброжелательности, граничащей с грубостью, не допускается. В процессе изложения следует быть умеренным в

просьбах, сдержанным в оценках событий, объективным при изложении фактов. Не следует намекать получателю письма на его мнимую невнимательность, вводя в заключительный текст письма формулировку типа: «Предлагаю внимательно изучить...»;

5. Не следует побуждать адресата спешить при вынесении решений, вставляя в текст письма слова «Срочно», «Незамедлительно», «В возможно более короткие сроки». Лучше указать, когда бы вы желали узнать о решении, например, следующим образом: «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении»;

6. Не следует содержанием (или подтекстом) документа навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например, так: «Прошу изучить и решить вопрос положительно» или «Прошу утвердить эту кандидатуру»;

7. В том случае, если вы сообщаете о том, что выполнение поручения или просьбы не представляется возможным, не стоит начинать письмо с констатации отказа - нужно сначала изложить мотивацию своего решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться. Следует проявлять известную дипломатию и в тех случаях, когда вы сообщаете о чем-то положительном: дайте понять, что исполнение чьей-либо просьбы стоило вам известного труда, ибо в противном случае вы рискуете столкнуться с новыми настойчивыми обращениями по ещё менее существенным проблемам.

Таким образом, деловое письмо выполняет много важных функций. Самая главная функция письма – сообщение информации. Многие исследователи отмечают, что основной объем сообщаемой информации представлен когнитивной информацией при практическом отсутствии эмоциональной информации и полном отсутствии эстетической информации. Данный факт во многом обусловлен тем, что деловое общение является одним из самых

массовых видов общения в мире и его целью является достижение конкретного результата в рамках деловых отношений.

В следующем разделе мы рассмотрим деловое письмо как тип письменного текста, которому присущи свои специфические черты в отношении выбора языковых средств и стратегии изложения.

### 1.3. Деловое письмо как тип письменного текста.

Как уже отмечалось выше, деловое письмо относится к официально-деловому функциональному стилю. Деловое письмо представляет собой официальный документ (официальную корреспонденцию), целью которого является выстроить и поддержать контакт и сообщать актуальную информацию в рамках обсуждения и решения многочисленных вопросов, возникающих в процессе делового общения - управленческой и коммерческой деятельности. Деловое письмо - постоянно официальное сообщение. Информация, содержащаяся в деловом письме, имеет юридическую силу и при необходимости может быть использована в ходе судебных разбирательств. Учитывая данную особенность письма регистрируются по номерам как входящая и исходящая корреспонденция.

Текст делового письма информативный, то есть преобладает когнитивная информация, а эмоциональная и эстетическая информация практически отсутствуют или же представлены в минимальном объеме в виде фраз “We were really delighted...”, “We are kindly asking you...” и т.п. Таким образом, эмоционально окрашенная лексика и синтаксис отсутствуют.

Неотъемлемыми элементами письма являются адресат и адресант, однако, они являются не отдельными личностями, а представителями какого-либо сообщества: организации, компании, ассоциации и пр. Следовательно, в деловых письмах практически отсутствует местоимение “I” и достаточно редко встречается “We”.

Плотность изложения информации повышается за счет передачи количественных данных цифрами и использования общеязыковых сокращений.

Так как деловое письмо относится к официально-деловому функциональному стилю, значительную часть лексики составляют застывшие обороты речи – клише - которые не имеют статуса фразеологических единств, поскольку они не являются общеязыковыми. Клишированные выражения во многом обеспечивают четкость и ясность изложения информации.

В тексте деловых писем зачастую используются термины из различных сфер жизни общества, главным образом, экономические и юридические.

Как уже отмечалось выше при рассмотрении различных классификаций деловых писем, лингвисты, занимающиеся проблемами делового письма, предлагают разные варианты классификаций деловых писем на основании различных критериев.

Если в основу классификации положить функции письма, можно разделить все письма на две группы:

- письма, требующие письма-ответа (письмо-вопрос; письмо-просьба; письмо-обращение; письмо-предложение и др.). Письма-ответы обязаны постоянно содержать индекс того письма, которое явилось предпосылкой для переписки.
- письма, не требующие письма-ответа (письмо-предупреждение; письмо-напоминание; письмо-приглашение и др.).

В основу классификации можно положить структурные признаки деловых писем и тогда их можно сгруппировать в 2 группы: регламентированные(обычные) и нерегламентированные. Письма, входящие в первую группу, являются регламентированными, то есть их основной целью является обсуждение и решение экономико-правовых вопросов. Они составляют в соответствии с традиционными нормами и стандартами. Вторая группа представлена нерегламентированными деловыми письмами, которые включают в себя

традиционные элементы, но представляют собой неповторимый авторский текст, построенный по формально-логическому принципу.

Обязательным компонентом делового письма является тема письма. Соответственно письма могут быть классифицированы по тематическому признаку. На основании данного критерия выделяют деловую и коммерческую корреспонденцию. Обсуждение и решение повседневных экономических, правовых вопросов, а также вопросов, связанных с деятельностью компании в целом, осуществляется посредством деловой корреспонденции, а переписка по вопросам материально-технического снабжения и сбыта относится к коммерческой корреспонденции.

Итак, деловое письмо используется в государственных учреждениях, в суде, при деловых и дипломатических переговорах. В оформлении делового письма сложилась определенная стандартизация. Широко используются уже утвердившиеся словесные формулы, обороты, конструкции. Кроме стандартизации основными признаками делового письма являются точность, императивность, объективность и документальность, конкретность, официальность, лаконичность.

Таким образом, деловое письмо выполняет много важных функций. Самая главная функция письма – сообщение информации. Многие исследователи отмечают, что основной объем сообщаемой информации представлен когнитивной информацией при практическом отсутствии эмоциональной информации и полном отсутствии эстетической информации. Выбор языковых средств и способ их организации в тексте делового письма определяются коммуникативным заданием делового письма и служат для реализации этого задания. При этом жанровые особенности деловых писем проявляются на всех уровнях языка.

Выводы по I главе

Общие характеристики официально-делового функционального стиля обусловлены, в первую очередь, сферой его функционирования. Данный стиль широко используется в дипломатической сфере, в юридической сфере и в собственно деловой сфере (торговля, производство, сфера услуг и пр.) В данной работе мы рассматриваем главным образом собственно официально-деловой (канцелярский, как его часто именуют) стиль.

Для деловой документации в целом и деловых писем в частности важно соблюдение требований объективности, обоснованности и безличности, предписывающий характер изложения при объективном изложении фактов. Деловые документы не допускают двояких толкований и исключают повторение одних и тех же идей, фактов и излишних, не относящихся к обсуждаемому вопросу подробностей. Все формы и типы делового письма объединяет обязательное строгое следование правилам литературной нормы на всех языковых уровнях. Особенности официально-делового стиля исключают использование фразеологических средств характерных для разговорного и просторечного стилей. Исключается также применение диалектных и профессионально-жаргонных слов. Ограничения в лексике исключают использование нелитературных вариантов словоизменения и словообразования, а также синтаксических конструкций, употребляемых в разговорной речи. Официально-деловой стиль является нейтральным и, соответственно, для него не характерно использование экспрессивных элементов.

Деловое письмо представляет собой официальный документ (официальную корреспонденцию), целью которого является выстроить и поддерживать контакт и сообщать актуальную информацию в рамках обсуждения и решения многочисленных вопросов, возникающих в процессе делового общения - управленческой и коммерческой деятельности. Информация, содержащаяся в деловом письме, имеет юридическую силу и при необходимости может быть использована в ходе судебных разбирательств. Учитывая данную

особенность, письма регистрируются по номерам как входящая и исходящая корреспонденция.

Текст делового письма информативный, то есть преобладает когнитивная информация, а эмоциональная и эстетическая информация практически отсутствуют или же представлены в минимальном объеме.

Таким образом, деловое письмо выполняет много важных функций. Самая главная функция письма – сообщение информации. Многие исследователи отмечают, что основной объем сообщаемой информации представлен когнитивной информацией при практическом отсутствии эмоциональной информации и полном отсутствии эстетической информации.

В целом, выбор языковых средств и способ их организации в тексте делового письма определяются коммуникативным заданием делового письма и служат для реализации этого задания. При этом в каждом отдельном случае существуют особенности составления различных видов деловых писем.

## Глава 2. Языковая репрезентация разнообразных жанровых признаков современного делового английского письма

В данной главе мы рассмотрим специфику языковой репрезентации жанровых особенностей делового письма, которые во многом обусловлены экстралингвистическими, прагматическими факторами.

Следовательно, требуется совместное рассмотрение экстралингвистических и лингвистических факторов, которые определяют эффективность коммуникативного акта. Как уже отмечалось выше, деловое письмо представляет собой единство, в котором переплетаются и взаимодействуют фонетические, лексические, грамматические и стилистические аспекты языковых единиц, детерминируемые социолингвистическими условиями в рамках официально-делового функционального стиля.

## 2.1. Жанровая классификация деловых писем

Особенности деловой коммуникации заключаются в том, что коммуниканты в процессе устного и письменного общения должны следовать определенным правилам. Общей интенцией коммуникантов всегда является достижение определенной договоренности. Однако в зависимости от конкретной цели создания того или иного делового письма, лингвисты выделяют различные виды и типы писем.

В первой главе уже были представлены некоторые классификации деловых писем. Более дробные классификации в соответствии с целями писем и согласно их жанровым особенностям представлены Е. А. Науменко, который выделяет 30 видов деловых писем, среди которых:

- 1) письма с извинениями, целью которых является, в первую очередь, восстановление доброжелательных отношений, что обуславливает преобладание примирительного тона в письме, а не заискивающего перед адресатом;
- 2) письма негативного содержания, целью которого является сообщение негативной информации, например, об отклонении кандидата на вакантное место;
- 3) благодарственные письма, целью которых является, соответственно, выражение благодарности, то есть адресант благодарит за какую-либо услугу или помощь со стороны адресата;
- 4) поздравительные письма, которые составляют в связи с каким-то праздничным событием и часто дополняют различными пожеланиями;
- 5) письма, которые составляют с целью выразить сочувствие в связи с какими-либо печальными событиями;

6) письма, которые пишут по случаю отъезда, и целью которых является благодарность за организацию приема, и в то же время приглашение упрочить и продолжить взаимовыгодное сотрудничество;

7) письма-приглашения, которые рассылаются с целью пригласить адресатов для участия в разного рода мероприятиях;

8) письма-заявления, в которых адресант сообщает о своем отношении, мнении, позиции в связи с обозначенной проблемой;

9) письма-запросы, основной целью которых является просьба о предоставлении определенного рода информации по тому или иному вопросу. Такие письма являются одними из самых распространенных, так как заключение любой сделки или подписание соглашения невозможно без исчерпывающего обмена информацией;

10) письма для поддержания контактов и взаимоотношений (и миджевые письма). Данный тип писем направляется адресату без какого-либо формального повода. Их цель – продемонстрировать свое внимание адресату;

11) письма-заказы, которые направляются с целью организовать доставку продукции или осуществление услуг;

12) письма-рекламации, основная цель которых выразить неудовлетворение в отношении предоставленных адресатом услуг или товаров, либо же соответствующих условий договора между адресатом и адресантом;

13) презентационные (рекламные, коммерческие) письма, которые рассылаются с целью прорекламирровать предоставляемые компанией услуги или товар;

14) рекомендательные письма, в которых адресант предоставляет свою рекомендацию в пользу третьего лица, которое не участвует в деловой переписке;

15) письма-просьбы. Основной функцией подобных писем является обращение с просьбой адресанта к адресату;

16) письма-предложения (оферты), которые представляют собой изложение необходимы для описания конкретных условий и направлено на заключение сделки. Такое письмо чаще всего отправляется потенциальному партнеру с предложением сотрудничества;

17) письмо-гарантия, которое составляется, как правило, в отношении оплаты осуществлённых работ, аренды, качества и сроков работ или времени доставки товаров. Такого рода письма нацелены на предоставление подтверждения гарантии выполнения определенных обязательств, намерений или действий адресанта, которые непосредственно затрагивают интересы получателя письма. Так как гарантийное письмо имеет юридическую силу и может быть использовано в арбитражном суде, оно составлено предельно ясно и точно. Информация изложена так, что двусмысленность формулировок полностью исключается;

18) информационное письмо предназначено для информирования адресата об определенных событиях или фактах, которые непосредственно затрагивают интересы получателя письма. Подобного рода письма типичны и предоставляет официально обнародованную, подтверждённую фактами информацию.

Письменные сообщения, которыми обмениваются коммуниканты в рамках внутренней корреспонденции (в пределах одной компании) – это те сообщения, которые некоторые лингвисты, занимающиеся исследованиями жанрового разнообразия деловых писем, определяют, как организационно-распорядительные деловые документы, основываясь на том, что сообщения распространяются среди коммуникантов, работающих в рамках одного предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время существует достаточно богатое жанровое разнообразие деловых писем, которые служат разным целям и выполняют разнообразные функции.

Изучение особенностей языковой репрезентации жанровых особенностей делового письма в процессе коммуникации приводит к выводу о том, что они во многом обусловлены экстралингвистическими, прагматическими факторами, как уже отмечалось выше.

В следующем разделе мы рассмотрим лингвостилистические средства, используемые для передачи различных жанровых особенностей деловых писем.

## 2.2. Языковые средства репрезентации жанровых признаков делового письма

Приведенные выше разнообразные жанровые признаки делового письма находят свое языковое выражение при создании делового письма в рамках официально-делового функционального стиля.

### 2.2.1. Принцип сотрудничества.

В языке представителей любого сообщества фиксируется накопленный социальный опыт членов данного сообщества. Используя языковые средства, субъект вначале постигает данный опыт, а затем посредством этого опыта интегрируется в существующую систему общественных отношений. Соответственно, субъект осуществляет устную и письменную коммуникацию на основании существующих в человеческом обществе представлений об окружающем мире, иными словами, картины мира.

Правила коммуникации наряду с другими аспектами включают выражение вежливости, которое является релевантным при условии, если все участники коммуникации понимают и пользуются этим правилом, и способны адекватно интерпретировать текст с включенными «социальными» характеристиками (Ван Дейк, 1989: 14).

С учетом существования различных сфер деятельности, коммуникация в каждой отдельной сфере следует своим законам и правилам. Однако, вне зависимости от сферы общения коммуникация может быть успешной только при условии реализации участниками коммуникации так называемого принципа сотрудничества (Грайс, 1985), на основании которого и выстраивается устная и письменная речевая коммуникация. Именно данный принцип детерминирует направление общения с учетом поставленных целей. При этом процесс общения обязательно должен следовать основным принципам кооперации, то есть деловое общение должно быть информативным, качественным, релевантным и вежливым. Лингвисты отмечают, что таким образом можно определить модель речевого поведения, которая необходима для формирования наиболее эффективного делового общения при условии существования сотрудничества между коммуникантами. А принцип вежливости является отдельной стратегией речевого поведения (Brown, Levinson, 1978).

Субъект применяет различные тактические приемы в своем речевом поведении. При этом ситуация общения рассматривается субъектом с точки зрения трех аспектов:

- 1) социальной дистанции между говорящим и слушающим;
- 2) власть одного участника коммуникации над другим;
- 3) степень внедрения в сферу адресата.

Перед тем, как принять решение вступить в речевую коммуникацию, субъект оценивает вышеуказанные условия. Если коммуникант все же принимает положительное решение, те же условия детерминируют выбор стратегии и тактических приемов, использование которых обеспечит осуществление успешной коммуникации.

Такие лингвисты, как П. Браун и С. Левинсон, а позже и Дж. Лич отмечают «принцип вежливости» в качестве основного условия результативного делового общения. Принцип вежливости можно определить, как принцип взаимодействия или сотрудничества. Данный принцип основан на уважении

к личности партнера, что означает необходимость учитывать интересы партнера, его мнения, предпочтения и переживания, стремление помочь в выполнении возлагаемых на него задач. Принцип вежливости является неизменным условием успешной всех видов коммуникации (вербальной и невербальной). Социальное взаимодействие невозможно без соблюдения принципа вежливости. При этом успешная коммуникация осуществляется за счет соблюдения социального равновесия и дружеских отношений (Leech, 1983: 82).

Правила этикета делового письма носят более формальный характер по сравнению с этикетом устной коммуникации. Высказывания вежливости в письме носят традиционный характер и во многом зависят от их расположения в тексте письма. Так, высказывания вежливости, расположенные в начале или в конце письма, функционируют, как социально-регулятивные элементы. Используемые в середине письма рассматриваемые компоненты выполняют коммуникативную функцию, то есть нацелены на привлечение внимания адресата к определенной информации и формирование положительной реакции.

Речевой этикет определяется и реализуется на разных уровнях:

- 1) на уровне нормативного поведения, принятого в обществе,
- 2) на уровне конкретной ситуации общения, обусловленной особенностями взаимоотношений конкретных участников общения.

На уровне конкретной ситуации общения отражаются взаимоотношения партнеров в социальном плане, выраженность их готовности к кооперации, взаимопониманию и взаимодействию.

Категория вежливости реализуется, как уже отмечалось выше, в зависимости от конкретной ситуации общения и предопределяется как общенациональными традициями, так и индивидуальными особенностями прагматики ситуации и самих коммуникантов. Интерес вызывает тот факт, что можно наблюдать различия между нормами вежливости, которые использу-

ют люди разного возраста, при этом большую роль играют условия и уровень воспитания, а также индивидуальные предпочтения. К примеру, нарушения категории вежливости в русском языке проявляются в ругательствах, передразниваниях, обидных прозвищах, грубых прямых оценках, особом использовании местоимений «ты», «вы». Также нарушения рассматриваемого принципа проявляются и в специфическом употреблении слов и словоформ различных частей речи.

По мнению многих исследователей, категория вежливости является отражением национальной картины мира того или иного сообщества, а именно, национально-культурных традиций этикетного поведения. В рассматриваемой категории реализуются национально-культурные традиции. При этом культурные и интеллектуальные особенности исторического этапа развития общества определяют особенности данной категории (Алпатов, 1973; Круглов, 1990; Земская, 1994; Скибо, 2000; Беляева, 1985).

Принцип сотрудничества и категория вежливости в английском языке имеют разнообразные сферы и формы проявления, однако их языковая реализация в разных контекстах зачастую имеет общие черты.

В следующем разделе мы рассмотрим конкретные языковые формы реализации категории вежливости в деловой переписке, выбор которых определяется жанровыми особенностями делового письма в зависимости от функций и типа письма.

### 2.2.2. Языковые формы выражения вежливости.

По мнению многих лингвистов, понятие «вежливость» можно рассматривать с точки зрения двух противоположных аспектов. С одной стороны, вежливость является динамическим принципом, так как выполняет важную социальную функцию, а именно, регулирует соответствующее поведение людей в обществе. С другой стороны, принцип вежливости статичен, то есть

вежливость представляет собой речевую категорию, которая предусматривает наличие различных способов языковой реализации принципа вежливости в устных и письменных высказываниях.

В рамках речевой коммуникации принцип вежливости определяется между членами общества при наличии уважительного отношения и интереса к личности партнера. Принцип вежливости действует целенаправленно на смягчение некоторых аспектов коммуникативного намерения того, кто презентует сообщение и осуществляется путем снижения категоричности высказывания, с помощью которого оформляется речевой акт (Беляева, 1988:23).

Реализация принципа вежливости определяется специфическими параметрами ситуации общения. Языковая реализация может восприниматься как норма в одной ситуации и, наоборот, как проявление вежливости в другой. Сравнивая нормы вежливости в английском и русском языках, необходимо отметить, что в английском языке использование косвенного вопроса предпочтительнее, если говорящий намерен изложить просьбу, так как воспринимается англичанами как проявление вежливости по сравнению с нормативным изложением просьбы в форме традиционного вопроса, который начинается с “Can /Could...” или “Will / Would...” Например:

Can you help me with this translation? - I wonder if you can help me with this translation.

В рассматриваемом примере просьба, выраженная в форме косвенного вопроса, воспринимается англичанами, как более вежливая и, соответственно, формируются позитивные взаимоотношения, взаимопонимание и готовность к сотрудничеству.

В целом, в английском языке принцип вежливости реализуется по-разному в речевых актах. И в устной и в письменной речи важную роль играет смягчение категоричности высказывания.

Различные формы реализации принципа вежливости представляют особую важность при написании делового письма, прагматическая направленность которого может быть определена как директивная (Наер, 1988).

Деловая переписка директивного характера всегда содержит речевой акт просьбы, представляющий собой побуждение адресата к действию, которое изначально является выгодным для адресанта. Такого рода письма содержат просьбу, которая отличается наибольшей естественностью мотивации, так как адресант заинтересован в исполнении высказанной просьбы, соответственно, нуждается в использовании различных форм вежливости для создания соответствующего фона общения (Беляева, 1988).

Для реализации рассматриваемого принципа применяются различные языковые средства смягчения категоричности. Эти средства включают:

- 1) модальные фразы с глаголами мыслительной деятельности *to think, to believe, to suppose, to imagine* и др.;
- 2) глагольно-именные сочетания *I'm afraid, I fear* и др.;
- 3) устойчивые выражения *I dare say, I say, I must confess, I say* и т.д.

Модальные фразы могут использоваться по-разному и занимать разное положение в письме. Они могут входить в состав сложного предложения, выполняя роль главной части предложения, за которым следует придаточное предложение, или использоваться в роли вводного члена, занимая позицию в середине или в конце предложения.

Модальные фразы в целом используются в устной и письменной коммуникации с целью смягчить категоричность высказывания.

Выбор модального глагола из ряда глаголов с разными лексическими значениями помогает выразить субъективную модальную оценку. При этом принцип вежливости реализуется через смягчение категоричности оценки за счет сужения универсальности высказываемого мнения. Личный опыт и переживания коммуникантов являются ограничениями в данных условиях. Ча-

ще всего участники общения используют модальные фразы с глаголом *to think* и модальная фраза *I'm afraid*.

Использование глагола *to think* с последующим употреблением модальной фразы делает возможным использование форм сослагательного наклонения в придаточном предложении, что в значительной степени меняет общую направленность высказывания и придает высказыванию еще больший оттенок проблематичности. Сам глагол *to think* может стоять в форме сослагательного наклонения *I should think, I'd think*.

Использование фраз *I'm afraid, I fear* позволяют смягчить известие, которое может вызвать негативную реакцию партнера. Данные фразы приносят семантический оттенок извинения за необходимость сообщить неприятную информацию.

По мнению некоторых лингвистов, разделительный вопрос значительно смягчает категоричность высказывания, придает ему проблематичный оттенок и в то же время вовлекает партнера в коммуникацию, предоставляет ему возможность высказать свое мнение, а говорящий получает возможность соответственно изменить свое собственное мнение.

Использование наречия степени *rather, pretty, fairly* также служат для смягчения категоричности высказывания, так как они модифицируют прилагательное или существительное, которое является частью именного сказуемого, например:

*I am pretty dependent....,*

*It's rather pleasant to do... .*

Использование слов *perhaps, probably, maybe*, которые характеризуются как модальные, позволяет смягчить категоричность высказывания, так как при применении соответствующей тактики модальность действительности, то есть то, что реально существует, заменяется модальностью предположительности, то есть допущения, предположения того, что может быть, в прагматических целях, а именно, в целях создания более доброжелательной атмосферы.

сферы общения. Вышеуказанные модальные слова традиционно занимают позицию либо в начале, либо в конце предложения, либо являются частью сказуемого, что обусловлено законами организации высказывания в английском языке.

Кроме уже перечисленных способов смягчить категоричность высказывания, в английском языке используются также модальные глаголы, модальные частицы и формы сослагательного наклонения. Их выбор и функции в рамках высказывания обусловлены прагматическими целями. Далее рассмотрим специфику применения данных языковых средств.

Модальные глаголы *must*, *should*, *can*, *may* / *might* употребляются в качестве средства смягчения категоричности высказывания в своей вторичной функции.

*Must* используется, когда вывод является логическим, основанным на конкретных фактах и логических рассуждениях.

*Should* выражает предположение, основанное на ожидаемости определенного события, верификация которого возможна лишь в будущем.

*Can* в значении предложения отражает возможность какого-либо события, основанного на внутренних свойствах самого предмета (*The road can be blocked = it is possible to block the road*).

*May* употребляется с целью выразить потенциальную возможность какого-либо события, которое основано на субъективном предположении коммуниканта (*The road may be blocked = It is possible that the road will be blocked*). Данное семантическое различие может быть обозначено как различие между теоретической и фактической возможностью (Leech, 1974).

Кроме модальных глаголов, используются так называемые «смягченные отрицания», которые придают высказыванию оттенок неуверенности, что в любом лексическом окружении приводит к смягчению категоричности высказываний. Такими отрицаниями являются слова *hardly* и *scarcely*. Автор не отрицает категорично ту или иную информацию, а в вежливой форме

строит предположении о невозможности или несоответствию истине того или иного факта или сведений.

Как уже отмечалось выше, большое значение для смягчения высказывания имеет перевод событий из реального пространства в гипотетическое, что возможно при использовании форм сослагательного наклонения, которые представляют событие как гипотетическое, не существующее в действительности.

Синтаксическая конструкция *Nominative + Infinitive* смягчает категоричность высказывания за счет привнесения в него семантического компонента, выражающего субъективную оценку действительности говорящим и тем самым ограничивающего значимость высказываемой мысли или суждения рамками его личного опыта, e. g. *I seem to have plunged into the middle ....*

Аналогичную функцию выполняет оборот *it looks as if / as though*, за которым следует придаточное сравнение с глаголом в сослагательном или (редко) изъявительном наклонении.

В английской разговорной речи распространено прямое обращение к мнению собеседника при помощи вопроса *Don't you think (so)?*. Этим вопросом говорящий дает понять собеседнику, что он не намерен навязывать ему своего мнения и готов принять его точку зрения, e. g. *We must get the boat, don't you think*. Этот прием используется в нетрадиционном типе делового письма.

Все перечисленные выше способы реализации принципа вежливости в декларативных высказываниях могут употребляться как изолированно, так и совместно в пределах одного высказывания, (ср. с русским языком, где речевой этикет не допускает нагромождения синтаксически сходных форм подобного рода).

Модальные фразы наиболее частотны, представляют собой наиболее эксплицитный и синтаксически несложный способ выражения отношения коммуниканта к высказыванию.

В разговорной речи часто употребляется разделительный вопрос. Часто употребляется (среди наречий) *rather*, затем идут модальные слова, из них наиболее частотно *perhaps* и затем *maybe*. Модальные глаголы употребляются в функции смягчения категоричности высказывания при общении младших по возрасту или положению собеседников со старшими.

Формы *Nominative + Infinitive* не имеют значительного распространения (в разговорной речи они характерны для речи взрослых коммуникантов).

Принцип вежливости, выражающийся в стремлении ненавязчиво передать свое мнение, соблюдается на всех уровнях речевого общения.

Итак, для выражения вежливости / невежливости в английском языке (как и в других языках) есть две группы средств:

1. универсальные средства выражения вежливости / невежливости; они маркированы по этому признаку;
2. средства, получающие этикетный статус, в зависимости от ситуации общения.

В первом случае признак закреплен за формой – конвенциями языка, во втором случае важную роль играют речевые конвенции употребления. Универсальными маркерами вежливости для директивного речевого акта, являются, например, *please*, *kindly*, *possible* (лексемы), специальные формулы вежливости, например,

*Would you mind ... ?*. *I would be much obliged if you do ...*. Речевыми конвенциями выражения директивного акта просьбы служат косвенные высказывания. Они позволяют адресату выбрать дальнейшую линию поведения; при этом чем больше степень косвенности выражения, тем легче ему сказать «нет», избежать затраты усилий.

Далее, рассматривая композиционно-архитектоническую организацию делового письма как актуализацию отношения адресант – адресат, мы исследуем языковые единицы и конструкции, при помощи которых происходит актуализация коммуникации между партнерами-участниками переписки.

Цель письменной коммуникации заключается в том, чтобы установить отношения взаимопонимания и выразить доброжелательное отношение к деловому партнеру, активизировать и мотивировать адресата на обратную связь и на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество между адресатом и адресантом. При этом культура оформления делового письма играет важную роль.

### 2.2.3. Культура оформления делового письма.

Деловой текст представляет собой пример письменной речи, соответственно, у составителя есть достаточно времени и возможностей, чтобы тщательно продумать и оформить соответствующим образом данный текст. Автор письма может тщательно отобрать языковые средства и структурировать письмо с учетом основных принципов деловой переписки, состоящих в том, что текст должен быть ясным, понятным, стилистически нейтральным и не допускающим двоякой интерпретации.

Текст любого делового документа (к числу которых относится и деловое письмо) является стандартизированным, то есть организованным и оформленным в соответствии с оподленными стандартами. Стандарты или культура оформления официального делового письма должна соблюдаться всеми участниками деловой коммуникации. Предприятия из различных деловых сфер могут иметь свои специфические формы деловых писем, выражающиеся в ряде особенностей их текстов. Однако, несмотря на существующие отличия, деловые письма объединяют общие ключевые характеристики.

Культура оформления английского делового письма освящена длительной традицией и имеет свои каноны, нормативы, которые соблюдаются и в настоящее время. Традиционно, в деловом письме должны содержаться следующие реквизиты (обязательные признаки):

- наименование адресанта (фирмы, должностного лица);

- почтовый, телеграфный адрес;
- номер телефона, телекса и т.д.;
- дата;
- фамилия адресата; его подробный адрес;
- обращение;
- тема письма;
- текст письма;
- заключительная формула вежливости;
- подпись адресанта;
- отметка о наличии приложения.

Далее рассмотрим образцовый текст делового письма:

1. EFFICIENCY LTD.

2. Concord house 9

California

U.S.A.

3. Telephone

0171-765-9876

1. Directors J. Darling / H. Harrison

Secretary J. H. Hall

5. The Commercial Secretary

The British Embassy 6 Tower Street Washington D. C. U.S.A.

6. Dear Sir,

4. 15th May 1997

7. We have for many years been importers of Electric Clocks mainly from Switzerland. We learn that in recent years several English firms have started manufacturing this line. We would be very grateful if you could give us a list of these firms so that we can find out whether their goods are suitable for the American market.

If you have not got the necessary information in your records, you would, perhaps, be good enough to pass our inquiry to the proper department in London.

8. Yours faithfully,

9. J. Darling Director

Efficiency LTD.,

В данном письме цифрами обозначены следующие реквизиты (обязательные признаки) делового письма:

1. наименование фирмы, должностного лица;
2. почтовый адрес;
3. номер телефона;
4. дата;
5. подробный адрес адресата / получателя корреспонденции;
6. обращение;
7. текст письма;
8. заключительная формула вежливости;
9. подпись адресата / автора письма.

Приведенный выше пример можно рассматривать как образец традиционного оформления делового письма, который можно встретить в современных руководствах по составлению деловых писем на английском языке. Однако, в современном английском языке наметилась совершенно новая тенденция не только в рекомендациях в отношении делового письма, но и в рекомендациях в отношении юридических, академических и научных текстов. Эта тенденция состоит в том, что текст не должен быть «безличным», при этом изложение информации должно быть точным, ясным и, как это не обычно звучит, интересным для реципиента, в данном случае – адресата.

Сделанный вывод подтверждается высказываниями специалистов, занимающихся разработкой проблем в области современной деловой переписки.

Для составления деловых бумаг особенно важно соблюдать, как говорят некоторые исследователи, принципы трех «с»: clearness, conciseness, courteousness (Eckersley, Kaufman, 1962, Drach, 1959).

Первый принцип можно передать на русском языке как «ясность». То есть изложение информации должно быть максимально понятным и доступным.

Сравним два примера деловых писем:

Письмо № 1:

Dear Ms. Rodriguez,

I am very pleased with the invitation that I received from you inviting me to make a speech for the National Association of Secretaries on June 11. I feel that I do not have enough time to prepare myself because I received your invitation on June 3 and there is no enough time to prepare myself for the speech.

Yours truly,

Письмо № 2:

Dear Rodriguez

I am pleased with the invitation to speak to the National Association of secretaries. Unfortunately, I cannot attend the meeting on June 11. I feel that I will not have enough time to prepare myself because I received your invitation on June 3.

I will be happy to address your organization on another occasion if you would give me more notice. Best of luck.

Sincerely yours,

В обоих примерах излагается одна и та же информация. Однако, в первом примере присутствуют лишние слова, которые не несут смысловой нагрузки, преобладают сложные предложения с несколькими придаточными предложениями, что затрудняет понимание текста и требует много усилий и времени со стороны адресата для его адекватного восприятия, что неприемлемо в рамках современной деловой коммуникации. Для сравнения составитель второго письма избегает использование лишних ненужных слов и длин-

ных предложений, что значительно облегчает понимание письма даже при быстром его прочтении. При это информация изложена в вежливой форме, что способствует формированию доброжелательных отношений и готовности к сотрудничеству.

Второй принцип можно перевести на русский язык как «лаконичность». Соблюдение данного принципа позволяет избежать использования лишних ненужных слов, оборотов и словосочетаний, что значительно облегчает восприятие текста письма благодаря его ясности и доходчивости.

Нижеследующий текст письма может служить примером реализации данного принципа и образцом ясного и лаконичного изложения при том, что письмо содержит всего лишь пятьдесят восемь слов. Нормы составления делового письма не нарушены.

Письмо:

We are pleased to say that we are now manufacturing the unshrinkable, fadeless material about which you inquired on October 19th.

Информация изложена ясно, точно, доходчиво и лаконично, при отсутствии каких-либо слов, оборотов и словосочетаний, лишенных смысловой нагрузки. Прочтение письма не занимает много времени, а его понимание не вызывает затруднений.

Третий принцип можно сформулировать на русском языке, как «учти-вость», то есть уважительное отношение партнёров в рамках взаимодействия корреспондирующих сторон. Существует даже термин, оподляющий этот принцип как «you-attitude». Для соблюдения данного принципа необходимо точно по адресу направить письмо с указанием собственных реквизитов, должности автора и прочей необходимой информации для комфортного и эффективного общения с перспективой обратной связи и развития дальнейшего сотрудничества.

В современных условиях динамичной деловой коммуникации, необходимость соблюдения вышеописанных принципов трех «с» не вызывает со-

мнений. Автор делового письма при его написании должен отдать предпочтение таким языковым средствам и таким конструкциям, которые не будут затруднять восприятие письма и не будут искажать основное содержание текста письма. В свою очередь адресат не должен тратить время на осмысление использованных средств коммуникации, а быстро и адекватно понять смысл самого сообщения.

Как мы уже не раз отмечали, динамика современной деловой жизни диктует необходимость быстрого и эффективного обмена информацией. И наряду с традиционными деловыми письмами появляются новые типы и формы деловых сообщений, а именно, более упрощенные по сравнению с традиционными деловыми письмами.

Сегодня упрощенные варианты делового письма уже широко используются многими бизнесменами в рамках делового общения. И по лексике, и по стилю они являются достаточно простыми, что в первую очередь обусловлено стремлением к точности и ясности изложения без лишних слов и оборотов. Составление таких писем с одной стороны облегчает адресанту его задачу написания письма, а с другой стороны помогает адресату письма быстро и точно понять его содержание (Bailey, 1996).

Сравним два письма, приведённых ниже:

1. Each application shall be supported by a comprehensive letter of explanation in duplicate.

This letter should be set forth all the facts required to present to this office a complete disclosure of the transaction.

2. You must send us the following:

- One copy of your application.
- Two copies of a letter explaining the complete details of your transaction.

По содержанию оба письма идентичны. Первый пример представляет собой выдержку из традиционного письма. С первого взгляда не совсем понятно, о чем идет речь в данном письме.

Второй пример представляет собой упрощенное с точки зрения выбора языковых средств и оформления вариант письма, который является иллюстрацией вышеупомянутого стиля коммуникации, который рекомендуется в настоящее время для делового письма и как показывает практика уже широко используется. Его основная цель – упростить процесс написания такого письма и процесс его прочтения и понимания.

Для достижения простоты стиля эксперты рекомендуют выбирать простые слова, а также употреблять личные местоимения для создания тона неформальности изложения в письме, использовать сокращения для живости изложения. Например,

3. Thank you for your letter requesting employment here at ALCO. We have gone through your resume with interest and we are impressed with your credentials.

Unfortunately, we have no vacancies at this time in the field you are specialized in. We will put your resume in our file. If there is any of vacancy, we will contact you. In the meantime, good luck.

4. Thanks for your recent inquiry about any possible vacancy in our company. We have nothing for you now, we'd get in touch with you as soon as we have any vacancy.

We'll put your letter in our six-month file, Ms. Davis. But please give us a call if you haven't heard from us by spring.

Вышеуказанные примеры 3 и 4 были отобраны с целью проиллюстрировать модели современного делового письма, которые не соответствуют давно устоявшимся традициям в написании делового текста. В рассматриваемых примерах присутствуют сокращения– ALCO; личные и притяжательные

местоимения – Thank you for your letter; обращение - ..., Ms. Davis. Все эти элементы не характерны для написания традиционного делового письма.

Таким образом, результаты анализа примеров современных деловых писем подтверждают вывод о том, что в условиях динамичного развития современного мира постоянно меняются условия функционирования различных стилей, что не могло не затронуть и официально-деловой функциональный стиль в целом, и деловые письма, в частности. Появляются новые тенденции развития определенных конкретных языковых особенностей различных подсистем, в частности, жанровых особенностей делового письма.

В следующем разделе мы рассмотрим деловые тексты в коммуникативно-прагматическом аспекте и определим влияние коммуникативно-прагматических условий коммуникации на специфику жанровых характеристик делового письма, так как экстралингвистические условия деловой коммуникации определяют выбор языковых единиц и синтаксических конструкций, которые автор использует при составлении определенного типа делового письма в зависимости от поставленной цели.

#### 2.2.4. Коммуникативно-прагматическая организация текста делового письма.

При рассмотрении особенностей делового письма прагматический аспект играет одну из ведущих ролей, что требует комплексного рассмотрения экстралингвистических и лингвистических факторов, которые определяют эффективность коммуникативного акта. Деловое письмо, при рассмотрении внутренней структуры текста, представляет собой единство, в котором переплетаются и взаимодействуют фонетические, лексические, грамматические и стилистические аспекты языковых единиц. При этом необходимо учитывать экстралингвистические аспекты, то есть компоненты ситуации, в которой

протекает коммуникация (характеристики адресата и адресанта, цели коммуникации и многие другие характеристики).

Таким образом, социолингвистические условия, в которых протекает коммуникация, детерминируют языковую форму, языковые единицы, которые используются при создании письма в рамках официально-делового функционального стиля.

Под социолингвистическими условиями, в первую очередь, подразумеваются специфические отношения между участниками деловой коммуникации в процессе общения, а именно, прагматика ситуации общения. Рассматриваемая сфера коммуникации отличается от других сфер тем, что отношения между коммуникантами строго регламентированы. Подразумевается наличие особых деловых взаимоотношений между коммуникантами в различных сферах деятельности общества: торговля, производство, сфера услуг, дипломатическая сфера и т. д. При этом в результате письменного общения коммуниканты нацелены на достижение официальной договоренности. Прагматика ситуации общения определяет какого рода договоренность должна быть достигнута: разрешение спора, конфликта, выстраивание дружеских отношений, сотрудничества и т.п.

Именно прагматика текста изучает отношения между отправителем и получателем текста в процессе речевой коммуникации. В рассматриваемых социолингвистических условиях при общении коммуниканты вовлечены в сложную, регулируемую правилами форму речевого поведения, которое представляет собой такую форму социальной активности, которая направлена на решение коммуникативных задач. Высказывание – речевое действие или поступок (утверждение, обещание, вопрос, просьба и др.), которые при определенных условиях их реализации совершаются в акте коммуникации. Эти условия обозначаются, определяются как условия удачной коммуникации. Для удачной коммуникации в области делового общения важными

условиями эффективности деловой коммуникации являются отношения между отправителем и получателем деловой информации.

В следующем разделе мы рассмотрим особенности языковой реализации отношений между отправителем и получателем деловой информации, или другими словами между адресантом и адресатом

#### 2.2.5. Актуализация отношения адресант - адресат в тексте делового письма

Деловая корреспонденция предусматривает наличие минимум двух участников коммуникации, а именно адресанта / автора и адресата / получателя. Присутствие указанных коммуникантов отражается в ряде обязательных элементов делового письма, таких как: адрес, обращение, текст письма, подпись.

При написании письма автор отдает предпочтение определённым языковыми структурами и языковыми единицами для создания и передачи определенных смыслов, адресованных получателю письма – деловому партнеру. При этом в результате категоризации собственного накопленного опыта адресант создает сообщение, следуя соответствующему стереотипу, типовому шаблону: письмо-запрос, письмо-просьба, письмо-рекламация и пр. (Кубрякова, 1991: 14; Городецкий, 1983: 18).

Языковые структуры и языковые единицы используются в каждом отдельном письме (письмо-запрос, письмо-просьба, письмо-рекламация, письмо-заказ и пр.) в качестве сигналов, которые в зависимости от типа письма должны привлекать внимание получателя к тем аспектам содержания, которые важны для автора письма.

Рассмотрим примеры вводных фраз, которые использовались в письме-запросе:

1. Your name has been given us by the British Chamber of Commerce in Hamburg...

2. The British Embassy in Copenhagen has advised us to get in touch with you concerning...

3. We have seen your advertisement in last Sunday's Observer, and would be grateful if you would let us have details of...

4. We saw your products demonstrated at the Hanover Fair earlier this year, and would like to know whether...

Приведенные примеры свидетельствуют о намерении адресанта запросить и получить соответствующую информацию, в поисках которой адресант получил контакты адресата. Таким образом, адресат по стереотипным сигналам, используемым в тексте идентифицирует это письмо как письмо-запрос.

Если автор письма нацелен на установление контакта и дальнейшее развитие сотрудничества, он может использовать приведенные ниже фразы, которые сигнализируют потенциальному деловому партнеру о заинтересованности адресанта в установлении контакта:

1. Will you please send us your catalogue and price list for...

2. We would be glad to receive specifications of your new SE 111 typewriter, together with your current export price list and details of trade discounts.

3. We would appreciate a sample of each of the items listed above. If you place your order we will have to insist on prompt delivery. Can you guarantee delivery within three weeks of receiving order?

Приведённые примеры призваны мотивировать адресата на предоставление запрашиваемой информации, на установление контакта и на развитие взаимовыгодного сотрудничества, что и является ключевой целью деловой коммуникации.

В конце письма-запроса авторы зачастую используют приведенные ниже фразы. Они также могут рассматриваться как специфические сигналы для адресата письма о желании автора письма заключить сделку. Например:

1. We are looking forward to hearing from you.
2. We would appreciate a prompt answer.
3. As our own customers are pressing us for a quotation, we hope you will be able to make us an offer within a fortnight from today's date.
4. We hope to hear from you soon.

Таким образом, анализ фактического материала одного из типов деловых писем, а именно письма-запроса, показал, что использование определенных языковых структур и языковых единиц помогает актуализировать соответствующий коммуникативный процесс. Письмо-запрос составляется и направляется по разным причинам: адресант может нуждаться в дополнительной информации; он может запросить каталог и образцы товара; он может запросить условия и даты поставки товаров и т. д. Цель автора будет реализована, если он получит то, что он запрашивает. При этом адресант находится в благоприятном положении, так как для него открывается возможность заключить сделку и получить прибыль, что и является основной целью любого бизнеса. Интенция адресанта характеризуется следующими намерениями:

1. мотивировать необходимость запрашиваемой информации,
2. активизировать адресата (получателя письма), повлиять на него так, чтобы получить ответ на запрос.

Многие лингвисты, занимающиеся исследованием проблем письменной деловой коммуникации, подчеркивают, что отношение автора к содержанию письменного сообщения в большинстве случаев нейтральное, что соответствует принципам построения традиционного делового письма, и субъективное отношение автора не находит своего выражения в письме (Разговорова, 1983). Нейтральное отношение к высказыванию (сообщение) отражает вполне определенную позицию автора в той ситуации общения, которая не требует от него особого дополнительного выражения. Используются, как правило, традиционные клишированные средства выражения какого-либо

семантического содержания (например, просьбы, запросы, предложения, рекламации и др.), в соответствии с целями и функциями письма.

Mahoney and Millian, Inc. 1951 Benson Street

Bronx, New York 10465

May 2, 20-

RBM Manufacturing Company, Inc.

4022 Ninth Avenue

New York, New York 10055

Dear Sir or Madam:

We intend to purchase a new office copier before the end of the fiscal year. We would like to consider an RBM copier and wonder if you have a model that would suit our needs.

Our office is small, and a copier would generally be used by only three secretaries. We run approximately 3,000 copies a month and prefer a machine that uses regular paper. We would like a collator, but rarely need to run off more than 25 copies at one time.

We would also like to know about your warranty and repair service.

Since our fiscal year ends June 30, 19—, we hope to hear from you soon.

Sincerely yours,

William Wilson Office Manager

Данный пример можно рассматривать как образец традиционного письма-запроса, в котором автор высказывает свою интенцию, запрашивает соответствующую информацию, тем самым активизируя и мотивируя адресата на обратную связь вполне реальными перспективами заключения сделки.

Таким образом, при актуализации соответствующего коммуникативного процесса отправитель делового письма запрашивает информации определенным образом, чтобы активизировать и мотивировать адресата, а получа-

тель соответственно реагирует на сообщение и предоставляет запрашиваемую информацию (Холодович, 1967).

Построение такой последовательности направлено на то, чтобы вносить изменения в знания адресата. Так происходит перемещение фокуса. В анализируемом типе текста фокус перемещается с простой передачи информации, содержащей актуализацию информации о спросе на товары адресата в экспозиционном блоке, на информацию, содержащую не только мотивировку запроса, но и указание на желательные для адресата действия.

Ситуационная модель «запрос деловой информации» состоит из следующих значимых и обязательных когнитивных компонентов: адресант, (возможный покупатель), адресат (возможный продавец). Объектом воздействия является адресат, получение информации - цель.

Композиционно-архитектоническая форма делового письма носит убеждающий (конвенциональный) характер, являясь знаком определенного типа текста, где взаимодействие коммуникантов направлено на установление делового контакта и на сотрудничество.

Динамика современной деловой жизни диктует необходимость быстрого, массового и эффективного обмена информацией. И наряду с традиционными деловыми письмами появляются новые типы и формы деловых сообщений, а именно, получившие широкое распространение в последнее время деловые электронные письма, рассмотрению которых посвящён следующий раздел нашей работы

### 2.3 Жанровая специфика делового электронного письма

В современном мире в условиях растущей глобализации и необходимости эффективно и в кратчайшие сроки принимать решения по различным вопросам, использование электронной почты стало неотъемлемым элементом делового общения по всему миру.

Электронное письмо обладает рядом преимуществ по сравнению с традиционным деловым письмом. В первую очередь, электронные письма – это такой способ коммуникации, применение которого дает возможность разослать деловое сообщение одновременно огромному числу пользователей, затратив на это минимум времени.

Коммуникация посредством электронной связи с использованием компьютера является одним из новейших каналов связи. В свою очередь, электронные письма представляют собой новейший вид письменной коммуникации.

Электронные письма представляют собой дискретные коммуникативные акты, определяемые также более общим термином «электронная почта» (e-mail). Электронные письма – это миллиарды элементов, составляющих принципиально новую коммуникативную среду - всемирную компьютерную сеть.

Современный деловой мир невозможно представить без электронной почты, что обуславливает глубокое влияние электронной деловой переписки на деловую жизнь в целом. Однако, как отмечают специалисты, эффективное общение невозможно без соблюдения норм составления и оформления электронного делового текста – документа электронной почты.

Интерес представляет определение, представленное в справочнике по теме «Информационные ресурсы и средства в режиме ОН-ЛАЙН», изданном в Берлине в 1998, в университете Гумбольдта, согласно которому документом электронной почты является материальный объект, содержащий в зафиксированном виде информацию; он должен быть оформлен в установленном порядке и иметь правовое значение; он передается посредством электронной почты.

Согласно тому же руководству – справочнику, текст электронного письма, как и текст традиционного делового письма, должен быть составлен с соблюдением определенных норм. Как уже отмечалось выше, рассматрива-

емое письмо является документом, что обуславливает в первую очередь наличие реквизитов, а также полей передачи и непосредственно текста, который и передает информационное содержание документа, структурированное по абзацам, страницам, фразам. Как и традиционное деловое письмо, электронное письмо содержит подпись, однако в печатном виде.

Одной из основных функций электронной корреспонденции является быстрота и эффективность её восприятия через прочтение. Это функция реализуется только при условии, если сообщение построено в соответствии с правилами, то есть выстроено грамотно. Существуют рекомендации по оформлению делового письма. Которые предусматривают обязательное включение таких элементов, как титульная страница, данные об адресанте, теме письма, текст письма, а также при необходимости – приложения или прикрепленного текста, а также даты отправки письма.

Электронные письма (электронная почта) представляют собой такой тип коммуникации, который создает возможность доставить деловое официальное сообщение большому числу адресатов одновременно. Это сообщение может содержать разнообразную информацию, включая такую как, например, о положении на рынке ценных бумаг, информацию, которая представляет ценность для всех компаний в рамках одного государства.

Учитывая тот факт, что электронные письма относятся к деловой корреспонденции, вполне логично отнести их к жанру переписки, то есть эпистолярному жанру.

На наш взгляд нельзя рассматривать электронные письма как единую группу. Более целесообразно классифицировать рассматриваемые электронные сообщения в зависимости от содержания изучаемых текстов и их основных функций, как поступили некоторые исследователи, относя определенный вид электронных писем к официально-деловому стилю (Зорина, 1971, Суханова, 1984).

Рассматривая электронные письма, можно выделить их общие параметры, которые присущи всем выделяемым типам: быстрота передачи информации, большое количество адресатов и адресантов, возможность отсылки на дальние расстояния и неограниченный период их хранения.

Общение посредством электронной переписки представляет собой нетрадиционный способ вербальной коммуникации, который отличается соответствующими особенностями стилистического и прагматического характера. Рассматриваемый способ делового общения включает в себя различные средства текстового оформления сообщения и в настоящее время является важным средством установления контакта между компаниями, различного рода организациями, федеральными учреждениями, а также международными организациями.

Языковое оформление электронной переписки может варьироваться от фамильярного до нейтрального, а именно, официального. На основании этого лингвисты выделяют несколько типов электронных сообщений:

1. собственно переписка или электронное письмо, которое может быть отправлено как научное сообщение, деловое, коммерческого характера или обмен «разговором» между обычными пользователями, желающими просто поболтать;

2. общение в режиме on-line;

3. доски объявлений;

4. участие в тематических телеконференциях по интересам, где встречаются как письма, так и ответы на вопросы, и обсуждение темы, и объявления разного характера ит. д.

5. команды, которые используются неискушенными пользователями.

В каждом из перечисленных типов используются соответствующие языковые единицы в соответствии с лингвистическими нормами создания данного письма.

Одной из особенностей электронного письма является широкое использование сокращений фраз и выражений.

Эти аббревиатуры уже превратились в своеобразный метаязык. Их нужно просто запомнить.

Аббревиатуры, используемые в электронной переписке:

AAMOF	As a matter of fact	По сути дела
AFAIK	As far as I know	Насколько мне известно
ASAP	As soon as possible	Как можно быстрее
BTW	By the way	Между прочим
CU	See you	Увидимся
F2F	Face — to-face	Лицом к лицу
FOAF	Friend of a friend	Друг друга
FYA	For your amusement	Для Вашего развлечения (удовольствия)
FYI	For your information	Для Вашей информации
IMO	In my opinion	По моему мнению
IOW	In other words	Другими словами
IWBNI	It would be nice if	Это было бы хорошо, если
KIS	Keep it simple	Будь проще (сделать простой)
NRN	No response necessary	Нет необходимого ответа
OS	Operating system	Операционная система
OTOH	On the other hand	С другой стороны получается
R	Received	Получил (получила)
TFS	Thanks for sharing	Спасибо за совместное использование
TIA	Thanks in advance	Заранее спасибо
WOBTAN	Waste of both time and money	Ценно как время, так и деньги
WRT	With respect to	С наилучшими пожеланиями

Одни из этих аббревиатур (такие как BTW) используются очень часто, другие – реже.

Рассмотрим лингвостилистические и прагматические характеристики вида электронного письма, которое можно отнести к жанру делового письма.

Письмо № 1

От: Jef Vershueren <versch @uia.ua.ac.be>

Кому: xlv@online.ru xlv@online.ru

Дата: 26 апреля 2000 г. 1:05

Тема: 7th International Pragmatics Conference

0157

Dear Colleague,

A few days ago you probably received one or two empty messages from me. The content should simply have been to alert you to the fact that the full provisional the program for the 7 International Pragmatics Conference (Budapest, 9-14 July 2000) had been on the IPrA website (<http://ipra-www.ui.ac.be/ipra/>) since Thursday 20 April.

If you are a presenter at the conference, you should have received a program code around 8 April which will help you to locate your contribution in the program.

With kind regards,

Jef Verschueren

Рассматриваемый пример делового письма направлен адресантом группе лиц с напоминанием о предыдущих совместных контактах. В предыдущих контактах и в рассматриваемом письме речь идет о мероприятии, связанном с проблематикой, которая интересна для адресата и адресанта.

Рассматриваемое электронное сообщение организовано согласно правилам составления электронных писем. Как и в деловых письмах в нем соблюдаются все соответствующие компоненты, обязательные реквизиты: фамилия и «электронный» адрес адресата письма, тема письма, традиционное обращение, основной текст письма, традиционная формула вежливости и

подпись адресанта письма. Необходимо определить характерные отличительные черты рассматриваемого письма:

- 1) адрес адресанта и адресата, который передается в форме, соответствующей аббревиатуры;
- 2) письмо содержит ссылку на website оргкомитета конференции, где можно получить необходимую информацию.

Обращение носит обобщенно- неопределенный характер, несмотря на это, данное обращение уточняется в основной части письма: указание адреса адресанта уточняет соответствующим образом обращение, так как речь в сообщении может идти только о лицах, которые заинтересованы в предоставляемой информации. Традиционно, использование сослагательного наклонения помогает в вежливой форме выразить предположение автора электронного письма о том, что адресат соответственно воспринял смысл его предшествующего письма. В конце текста есть вежливое напоминание о предшествующем сообщении. В конце письма – традиционная подпись.

Приведем образец другого электронного письма, представляющего собой электронное сообщение, посланное всем членам отдела современных языков Совета Европы, участвующим в международном проекте.

Письмо №2:

От: PANTHIER Johanna <Johanna.PANTHIER@coe.int>

Кому: 'Alan Dobson' <adobson@ofsted.gtnet.gov.uk>; 'Barbara Simpson' <bsimpson@tcd.ie>; 'Brian North' <fzhbdaf@t-online.de>; 'Brian North' <bnorth@eurocentres.com>; 'Brigitte Forster Vosicki' <Brigitte.ForsterVosicki@cdl.unil.ch>; 'Charles Alderson' <c.alderson@lancaster.ac.uk>; 'Christine Tagliante' <tagliante@ciep.fr>; 'Christoph Flbgel' <diego.erba@ti.ch>; 'Christine Bersier' <christine.bersier@edk.unibe.ch>; 'Cornelia Oertle' <OERTLE@edk.unibe.ch>; 'David Little' <dlittle@tcd.ie>; 'Edouard Kourliand' <KEE@bspu.secna.ru>; 'Eike Thurmann' <Eike.Thurmann@t-online.de>; 'Flora Palamidesi' <Palamidesi@SPQR.it>

Дата: 02 февраля 2000 г. 20:00

Тема: Guide et autre matfiriel pour le PEL/Guides and other material for the ELP Dear Friends,

At our seminars it has often been mentioned that the ELP would need Guides and supporting material, especially when it comes to the point of extending the experimentation to all the member countries. It is time to start developing this material.

We would appreciate your views on the development of core support material for the ELP which we would like to have available in 2001. The following is suggested and your reactions are invited; expressions of willingness to contribute to one or other document would be appreciated. A meeting or meetings will be organised to initiate the authoring process.

1. A General Guide for all interested parties stating the basic principles and functions of the ELP and explaining the recommendations and implementation guidelines.

2.A practical guide for ELP developers and implementation bodies on the design and implementation (more specific than 1 above, dealing e.g. links to the Framework, relating the ELP to curricula, self-assessment, integration of the intercultural dimension..etc.

3.Guidelines for teachers using an ELP in classrooms restating no 2 above as a 'set of practical procedures and helping teachers to achieve reflective processes similar to those that the ELP is designed to stimulate in their learners; serving the function of a teachers portfolio..' (suggestion from D Little)

4.Studies on or guides to e.g. portfolio-based assessment/dossier (ViljoKohonenIs already working on this), self-assessment (state of the art study under consideration by Mats Oscarsson)... Others?

5.A volume of case studies from the pilot scheme

6.An information pamphlet for the general public

We would be very grateful if you could react to these suggestions very quickly (not later than 10 February 2000), so that we can start the work.

Kind regards,

Joe - Johanna

email address updates: @coe.int replaces @coe.fr for more information, <http://dct.coe.int/info/emfci001.htm>

Структура рассматриваемого письма № 2 похожа на предыдущее письмо № 1 тем, что оно содержит такие же реквизиты, как и в предыдущем сообщении.

Очевидно, что рассылка подобного электронного сообщения является эффективным и быстрым способом рассылки информации

Лингвостилистические и экстралингвистические параметры рассматриваемых сообщений №1 и №2 имеют много общего, однако существуют некоторые текстовые различия, которые характерны только для рассматриваемого примера. В первую очередь, следует обратить внимание на сложность синтаксических структур для реализации требования о ясности и точности изложения информации. При рассмотрении примеров привлекает внимание установление нового типа контакта между деловыми партнерами. Используя обращение в виде неформальной фразы Dearfriends, адресант задает неформальный тон общения, несмотря на то, что вслед за этой фразой автор выступает с рядом важных предложений, с целью сделать успешной работу коллектива ученых. Адресант не перестает обращаться к адресатам, пытаясь привлечь их внимание к поставленным вопросам при помощи использования слов your, our (our seminars ..., your views ..., your reactions), и дважды используя в конце письма личные местоимения we (we would be very grateful ..., we can start your work...) и you (you could react ...). Очевидно, что преобладают высказывания, в которых наблюдается смягчение категоричности высказываний. Данный приём рассчитан на то, что будет создана творческая рабочая атмосфера взаимопонимания. Вежливое неформальное обращение к адреса-

там в конце письма завершается вежливой фразой *Kind regards*, кроме того присутствует подпись адресанта в виде *Johanna*, что очень напоминает личное письмо, то есть характерно в первую очередь для дружеского послания. Составитель также добавляет свое прозвище, что является кардинальным отличием электронного сообщения от делового письма, а именно, фамильярное *Joe*.

Очевидно, что отправитель сообщения является человеком деловым, ответственным, организованным и исполнительным. В рассматриваемом сообщении каждое сообщение тщательно продумано, приводимые автором аргументы достаточно убедительны, что во много обусловлено указанием фамилий участников проекта, которые несут ответственность за соответствующие этапы. При этом в конце используется фраза, которая является типичной для разговорной речи, и представлена она риторическим вопросом в виде эллипсиса «*Others?*».

В рассматриваемом письме проявляются две тенденции. Первая тенденция – это традиционное структурирование, которое реализуется через специальную лексику и терминологию, а также включает в себя продуманное изложение информации. Она четко реализуется в формы делового письма, его соответствующей композиционно-архитектонической организованности, его традиционном соблюдении норм вежливости. Для электронного сообщения характерна развивающаяся в настоящее время «разговорность» делового письма, которая используется для создания более непринужденной дружеской атмосферы в рамках деловой коммуникации.

Рассматривая особенности электронного письма, можно сделать вывод о нетрадиционной диалогичности электронного сообщения. При этом адресант, отправляя свое письмо, изначально уверен в том, что он быстро получит необходимый ему ответ от адресата. Обмен электронными письмами напоминает диалогическое общение, что обуславливает их неформальную организацию.

Очевидна, что такое разноаспектное структурирование электронных сообщений является особенным способом коммуникации, учитывая стилевые характеристики деловых документов и разговорной речи.

Таким образом, деловое электронное письмо широко используется в условиях современной деловой коммуникации, что продиктовано в первую очередь необходимостью быстрого, массового и эффективного обмена информацией. Деловое электронное письмо является новой формой деловой корреспонденции, позволяющей значительно расширить рамки традиционного делового письма. Деловое электронное письмо, как правило, составляется без учета соответствующих стандартов и норм языкового оформления и организации традиционного делового письма. Однако, в нем традиционно присутствуют обязательные элементы делового письма.

#### Выводы по II Главе

Специфика языковой репрезентации жанровых особенностей делового письма во многом обусловлена экстралингвистическими, прагматическими факторами.

Следовательно, требуется совместное рассмотрение экстралингвистических и лингвистических факторов, которые определяют эффективность коммуникативного акта. Как уже отмечалось выше, деловое письмо представляет собой единство, в котором переплетаются и взаимодействуют фонетические, лексические, грамматические и стилистические аспекты языковых единиц, детерминируемые социолингвистическими условиями, в рамках официально-делового функционального стиля.

Жанровые особенности деловых писем определяют выбор языковых средств репрезентации жанровых признаков делового письма в той или иной ситуации деловой коммуникации.

Деловое письмо предусматривает использование лексических единиц, при помощи которых реализуется принцип сотрудничества. Также, для делового письма характерно использование языковых форм выражения вежливости.

Конкретные языковые формы реализации категории вежливости в деловой переписке предопределяются жанровыми особенностями делового письма в зависимости от функций и типа письма.

Культура оформления делового письма предусматривает ряд специфических для делового письма организационных моментов, регламентированных особенностями официально-делового стиля.

Коммуникативно-прагматическая организация текста делового письма обусловлена, в первую очередь, важностью прагматического аспекта делового общения.

Отношения адресант - адресат являются ведущими в тексте делового письма, так как его основной целью является достижение договоренности по самым разным вопросам между адресантом и адресатом.

Особый интерес представляет жанровая специфика делового электронного письма, так как она в значительной степени выходит за рамки правил написания делового письма.

Результаты проведенного анализа фактического материала, а именно, современных деловых писем и деловых электронных сообщений еще раз подтверждают вывод о том, в условиях современной глобализации и динамичного развития современного мира постоянно меняются условия функционирования различных стилей, что оказало влияние и на официально-деловой функциональный стиль и деловые письма как жанр данного стиля. Появляются новые тенденции развития определенных конкретных языковых особенностей различных подсистем, что обуславливает жанровую вариативность современного делового письма.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Изучение особенностей языковой репрезентации жанровых особенностей делового письма в процессе коммуникации приводит к выводу о том, что они во многом обусловлены экстралингвистическими, прагматическими факторами.

Такой вывод требует комплексного рассмотрения экстралингвистических, так и лингвистических факторов, которые определяют эффективность коммуникативного акта. Деловое письмо, при рассмотрении внутренней структуры текста, представляет собой единство, в котором переплетаются и взаимодействуют фонетические, лексические, грамматические и стилистические аспекты языковых единиц. При этом необходимо учитывать экстралингвистические аспекты, то есть компоненты ситуации, в которой протекает коммуникация (характеристики адресата и адресанта, цели коммуникации и многие другие характеристики).

Таким образом, социолингвистические условия, в которых протекает коммуникация, детерминируют языковую форму, языковые единицы, которые используются при создании письма в рамках официально-делового функционального стиля.

Под социолингвистическими условиями, в первую очередь, подразумеваются специфические отношения между участниками деловой коммуникации в процессе общения. Рассматриваемая сфера коммуникации отличается от других сфер тем, что отношения между коммуникантами строго регламентированы. Подразумевается наличие особых деловых взаимоотношений между коммуникантами в различных сферах деятельности общества: торговля, производство, сфера услуг, в дипломатической сфере и т. д. При этом в результате письменного общения коммуниканты нацелены на достижение официальной договоренности.

Деловое речевое поведение в современном мире приобретает типологическое значение как деятельность особого рода. Эта деятельность соверша-

ется в рамках установленных правил поведения, которые обусловлены и вызваны коммуникативно-этикетными намерениями и целями.

Коммуникативная речевая деятельность осуществляется в письменном виде, проявляя свои особенности в различных формах делового сотрудничества и образуя в совокупности то, что принято называть языком деловых писем.

Коммуникативно-прагматическая организация текста делового письма обусловлена, в первую очередь, важностью прагматического аспекта делового общения.

Конкретные языковые формы реализации категории вежливости в деловой переписке предопределяются жанровыми особенностями делового письма в зависимости от функций и типа письма.

Отношения адресант – адресат являются ведущими в тексте делового письма, так как его основной целью является достижение договоренности по самым разным вопросам между адресантом и адресатом.

Главными критериями, лежащими в основе классификации типов текстов в сфере письменной деловой коммуникации, могут являться следующие факторы:

- 1) отделённая сфера бизнеса;
- 2) традиционная ситуация общения;
- 3) стратегический план коммуникации.

Вышеуказанные особенности обуславливают специфическое языковое оформление в зависимости от типа текста, они также определяют его внутреннюю и внешнюю организацию, а также формы изложения информации. Экстралингвистические факторы также предопределяют употребление определенных языковых средств реализации стилевых особенностей, характерных для данного типа текста.

Жанровые особенности деловых писем определяют выбор языковых средств репрезентации жанровых признаков делового письма в той или иной ситуации деловой коммуникации.

Культура оформления делового письма предусматривает ряд специфических для делового письма организационных моментов, регламентированных особенностями официально-делового стиля.

Особый интерес представляет жанровая специфика делового электронного письма, так как она в значительной степени выходит за рамки правил написания делового письма.

Результаты проведенного анализа фактического материала, в качестве которого были отобраны современные деловые письма и деловые электронные сообщения еще раз подтверждают вывод о том, что в условиях современной глобализации и динамичного развития современного мира постоянно меняются условия функционирования различных стилей, что оказало влияние и на официально-деловой функциональный стиль и деловые письма, как жанр данного стиля. Появляются новые тенденции развития определенных языковых особенностей различных подсистем, что обуславливает жанровую вариативность современного делового письма.

### Список использованной литературы

1. Алпатов В.М. Категории вежливости в современном языке. - М.: Наука, 1973.-109с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования. Учебное пособие для студентов пед. интов. - М.: Просвещение, 1990. - 300с.
3. Бахтин М.М. Собр. соч. —М.: Русские словари, 1996. — Т.5: Работы 1940-1960 гг. — С. 159-206.
4. Беляева Е.И. Модальность и прагматические аспекты директивных речевых актов в современном английском языке. Автореф. дис.... докт. филол. наук. - М., 1988. - 32с.
5. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности. - М.,1970. - 170с.
6. Выготский Л.С. Мышление и речь. Изд. 5, испр. — Издательство "Лабиринт", М., 1999. — 352 с.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М., 1981.- 137с.
8. Городецкий Б.Ю. К проблеме семантической типологии. - М.: Изд-во МГУ, 1969.-564с.
9. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. -М., 1985. - С.217-238.
10. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. - 312с.
11. Земская Е.А. Категория вежливости в контексте речевых действий // Логический анализ языка. Язык речевых действий. - М.: Наука, 1994. - С.131-136.

12. Зорина Т.П. Лингвистическая характеристика современной немецкой коммерческой корреспонденции как жанра деловой прозы. Автореф. дис. ... канд.филол.наук. -М., 1971.
13. Калюжная В.В. Характеристики английского функционального стиля официально-делового изложения. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Киев, 1977
14. Кожина М.Н. Стилистика русского языка: Учебник для студентов пед.ин- тов. - М.: Просвещение, 1983. - 223с.
15. Круглов А.В. Структурно-семантические и функциональные особенности формул вежливости в подсистемах полиэтнического английского языка. Автореф. дис. ... канд. филол.наук. - Киев, 1990. - 17с.
16. Крылова О.А. Основы функциональной стилистики русского языка. - М.: Русский язык, 1979. - 224с.
17. Кубрякова Е.С. Введение // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. - М.: Наука, 1991. - С.4-21.
18. Наер В.Л. О текстовых параметрах функционального стиля (к постановке проблемы) // Текст в функционально-стилевом аспекте. Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып. 309. - М., 1988. - С.4-9.
19. Разговорова Н.Н. Лингвостилистические особенности делового письма. Автореф. дис. ... кандфилол. наук. -М., 1983. - 20с.
20. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. Учебник для ВУЗов. -М.: Высшая школа, 1977. - 316с
21. Скибо В.Н. Категории вежливости в языке // Коммуникативная лингвистика и лингводидактика. Сб. памяти профессора Колшанского Г.В. - М.: Институт языкознания РАН, 2000.

22. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. - М., 1996. - С.97-112.
23. Стеблецова А.О. Дискурсивно-лингвистические особенности делового коммуникативного стиля. – Вестник ТГУ, выпуск 12(80), 2009. – р. 323-328.
24. Суханова И.Д. Композиционно-структурные и лингвостилистические параметры текстов жанра коммерческой корреспонденции английского языка. Автореф. дис. ... канд.филол.наук. -М.,1984. - 26с.
25. Холодович А.А. О типологии речи // Историко-филологические исследования. Сборник статей к 75-летию академика Конрада М.И. - М.: Наука, 1967.-206с
26. Bailey Edward P. Plain English at Work. - New York, 1996.
27. Brown P., Levison S. Universals of Languages Usage: Politeness Phenomena // Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction. Ed. by Goody E.N. - Cambridge, 1978, V-VIII. - 323p.
28. DrachHarvey E. American Business Writing. - New York: American Book co.,1959.
29. Eckersley Charles and Kaufmann W. English Commercial Practice and Correspondence. A First Course for Foreign Students. - London: Longman's, 1963.
30. Gentle R. Business Writing that Works. L., 2002
31. Leech G.M. Principles of Pragmatics. - London: Longman, 1983. - 250p.
32. Taylor S. Model Business Letters, E-mails and Other Business Documents. L., 2004.

33. Wilberg Peter, Lewis Michael. Business English. An Individualised Learning Programme. - London: Commercial Colour Press, 1990. - 159p.
34. Wilson Martin. Writing for business. - Longman, 1987. - 160p.