

М.А.Ярмашевич

*Саратовский государственный
аграрный университет*

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АББРЕВИАТУР В ЖАНРАХ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ

Движущей силой в языковой эволюции, а вместе с ней и аббревиации является человек и развитие его коммуникативно-дискурсивных установок. Пополнение коммуникативного поля национальных языков новыми аббревиатурами обусловлено воздействием как внешних, так и внутренних факторов, поскольку динамика языковой системы связана как с изменениями в мире реалий, так и с преобразованиями в языке. Внешние стимулы (социоисторические и социокультурные явления, происходящие в жизни человека и общества, коммуникативно-дискурсивные направления развития социума и т.д.) способствуют реализации внутриязыковых (процессы вторичной номинации, способы разрешения антиномий языкового развития “код – тест” и “говорящий – слушающий”, семантические инновации и преобразования, развитие дополнительных коннотаций и т.д.). Развитие аббревиатурного процесса свидетельствует о разрешении антиномий в пользу говорящего, в пользу кода. Создание и употребление самих структурно-семантических типов аббревиатур зависит от влияния как языковой системы, так и коммуникативных намерений адресанта и адресата сообщений, отправителя и реципиента информации с учетом канала передачи. Различие между сферами общения определяется тематикой, целями и условиями речеобразования и сказывается на субъязыках, обслуживающих эти сферы. Аббревиатуры становятся фактами национального языка только при их употребляемости во всех типах дискурса и обслуживании всех сфер деятельности людей, говорящих на этом языке.

Специфика той или иной дискурсивной сферы влияет на характер образования и употребления аббревиатурных единиц

в соответствующих текстах. Различия в использовании аббревиатур в различных типах дискурса проявляются в их регулярности и продуктивности, то есть как в частоте их употребления, так и в отборе типов и подтипов сокращенных единиц. Образование самих структурно-семантических типов аббревиатур и специфика их употребления в основном зависят от коммуникативных намерений адресанта и адресата сообщений, отправителя и реципиента информации с учетом канала передачи и только в определенной мере – от характеристик грамматического строя языков.

Изучение сфер употребления показало, что аббревиатуры проникли во все области человеческих знаний как новые (био-, нано- и компьютерные технологии), так и известные, традиционные (экономика, реклама, наука и образование). Функционирование аббревиатур в этих сферах демонстрирует их потенцию к реализации всех типов. Различные типы дискурса характеризуются специфическим использованием аббревиатур, образующих в той или иной разновидности дискурса своеобразное аббревиатурное пространство. Так, если для бытового наиболее типично использование лексических, то для делового свойственно преобладание графических сокращений.

Для различных типов дискурса характерно неравномерное употребление как новых, так и устойчивых аббревиатур, принадлежащих к разным стилистическим типам. Так, если аббревиатурные образования бытового дискурса в большинстве своем стилистически маркированы и экспрессивны, то деловой дискурс характеризуется устойчивостью, нейтральностью и общеупотребительностью сокращенных единиц.

В деловом дискурсе, характеризующемся своей относительной устойчивостью, замкнутостью, исторически сложившимися жанрами, специфической лексикой и консервативностью, аббревиатуры во всех языках употребляются ограниченно. Данный тип дискурса реализуется в документах международных договоров, государственных актов, юридических законов, инструкций, служебной переписки и деловых бумаг, которые, несмотря на различия в содержании и разнообразии жанров, в целом характеризуются рядом общих черт: 1) сжатостью, компактностью изложения, экономным использованием языковых средств, 2) стан-

дартным расположением материала, обязательностью формы и употреблением характерных для этого типа дискурса клише, 3) широким использованием номенклатурных обозначений и наименований (юридических, дипломатических, военных, административных), 4) наличием особого коммуникативно-дискурсивного пространства, 5) включением в текст аббревиатур, 5) практически полным отсутствием эмоционально-экспрессивных речевых средств, 6) незначительной индивидуализацией [Вострикова 2003].

Неоднородность тематики и разнообразие жанров позволяют говорить о двух форматах делового дискурса: официально-документальном и обиходно-деловом. В первом можно выделить жанр законодательных и других юридических документов и жанр дипломатических актов, связанных с международными отношениями, во втором различаются по содержанию, жанрам и по характеру используемых языковых средств служебная переписка между учреждениями и организациями, с одной стороны, и частные деловые бумаги — с другой.

Жанр законодательных и юридических документов воспроизводит все черты делового дискурса и принадлежит к так называемым профессионально значимым речевым жанрам, объединенным официально-документальным форматом. Профессиональная речь, отражая узкую языковую практику людей тех или иных специальностей, имеет специфическую систему номенклатурных единиц и определенные характеристики в области лексики, словообразования, фразеологии, а иногда и в ударении и формообразовании. Профессионализмы определяются как “слова и выражения, свойственные речи той или иной профессиональной группы” [Русский язык 1998: 439].

При определении понятия “профессиональная речь” должна учитываться основная область ее употребления — сфера официальных отношений. Профессиональные языки относят как к классу подязыков, обслуживающих общение в языковых общностях, так и к классу подсистем, обеспечивающих коммуникацию внутри самих речевых общностей. Социально-коммуникативная система, выстраивающая коммуникацию в определенной области профессиональной деятельности, то есть используемая опре-

деленной социально-профессиональной общностью людей (юристы, экономисты, врачи и др.), является продуктом социально-профессиональной стратификации дискурса. Профессиональная речь представляет собой систему стандартных коммуникативных актов или речевых жаргов: 1) регулярно осуществляемых в процессе профессионально-ролевого взаимодействия коммуникантов, 2) дифференциально соотнесенных с предметом профессиональной деятельности, 3) подчиненных целям этой деятельности как деятельности более высокого порядка, 4) реализующихся посредством кода – профессионально-коммуникативных систем, обслуживающих ту или иную профессиональную общность в соответствии с общественно осознанными нормами речевого поведения, которые выступают в качестве ролевых ожиданий, сформировавшихся длительной речевой практикой (контекстом), и варьируют в зависимости от изменений профессионально-ролевых функций коммуникантов.

В обиходно-деловом формате делового дискурса находит свое отражение специфика жанров служебной переписки (деловое письмо, коммерческая корреспонденция), официальных деловых бумаг (справка, удостоверение, акт, протокол), частных деловых бумаг (заявление, доверенность, расписка, автобиография, счет и др.), которая характеризуется известной стандартизацией, облегчающей их составление, использование и рассчитанной на экономию языковых средств выражения и устранение неоправданной информационной избыточности. “Контекстуальная модель – это некий “шаблон” с рядом признаков, присущих подобным текстам и ситуациям. Здесь на первый план выходят жанровые характеристики, опыт автора текста порождать тексты подобного рода с учетом множества сопутствующих типичных факторов, а не характеристики конкретного текста” [Сыщиков 2000].

Однако социально-культурная, культурно-историческая общность, традиции и тенденции развития европейского социума влияют на существующие стандарты в оформлении и написании деловых писем, специфика которых во многом зависят от вида. Различаются: письма-просьбы (запросы, заказы), письма-ответы (подтверждение договоренности или приема заказа, сообщение о приеме заказа на товар), кредитные письма и требования

возмещения просроченных платежей (заявка на кредит, письма о предоставлении или отказе в кредите), письма-требования и ответы на них, переписка при устройстве на работу (резюме, характеристика и рекомендательное письмо), письма рекламного характера и письма по поддержанию общественных связей (товары почтой, предварительная реклама), социальные письма (поздравление, выражение соболезнования, благодарности). Последние два типа писем часто реализуются через масс-медиа и обладают определенными характеристиками информационно-политического дискурса [Деловое письмо на английском языке 1992].

Поскольку запрос, как правило, рассчитан на получение какой-либо информации и предполагает, что в дальнейшем адресант станет клиентом адресата, он должен быть сформулирован так, чтобы его было легко понять и дать на него ответ. Следовательно, текст запроса должен быть кратким, но не перегруженным номенклатурными наименованиями, особенно аббревиатурными. Во всех рассмотренных языках в данном виде писем употребляются только графические сокращения для выражения обращений (*Mr., Mrs, Dr., Prof., Gen., Hon., г-н, г-жа, Mad.*) или условные почтовые обозначения (*а/я, PO, fax, мел.*). Первые вследствие культурно-исторических традиций практически отсутствуют в русском языке, последние иногда образуются по графолексической модели, используются аббревиатурные названия фирм, предприятий, организаций, хорошо известные обоим корреспондентам, названия товара, о котором идет речь в запросе, ср.: *“Dear Mr. Greenbaum: I would greatly appreciate your sending me the following specifications on the new RX-7: fuel economy statistics; technological advantages (such as steering system, brake system, and energy capacity); available options...”* В плане использования аббревиатур заказы мало отличаются от запросов, ср.: *“I have seen your ad in the Boston Globe of Sunday, February 12, and would like to order the following weather vane: Model EPC-18S eagle with arrow, copper, \$34.95...”*; *“Please send us information about your office copiers so that we will know whether one would be suited to our type of business...”* В письмах, содержащих просьбу о резервировании места в гостинице, во всех языках часто используются условные сокращения обозначения времени, ср.: *“Dear Sirs: Please reserve a double*

room with bath for Ms. Linda Lettman for Oct. 27–29. Ms. Lettman, executive of the Condo Corporation, will arrive at the hotel at 6 P.M. on Oct. 27... ”

С точки зрения употребления аббревиатур письма-ответы и письма-отказы незначительно отличаются от писем-заказов и писем-запросов, однако в английских текстах некоторые различия, тем не менее, есть: отмечается более частое использование аббревиатурных названий различного типа оборудования или других товаров (9% аббревиатурных употреблений в письмах-ответах по сравнению с 5% в письмах-просьбах). Ср.: *“Thank you for your interest in A & M equipment. We are happy to supply you with the information requested...”*

В кредитных письмах во всех рассматриваемых языках проявляется тенденция к сокращению названия организации, от чьего имени написано письмо, если ее полное название употреблено в адресе (предваряющем – в английских, немецких и французских текстах и заключающем – в русских). Ср.: *“Standard Electric Corporation 2120 Oak Terrace Lake Bluff, Illinois 60044 ...Dear Mr. Kretchmer: It is a pleasure to welcome you as an SEC credit customer, for your request for credit has been approved... Arlene Ryan, our personal SEC sales representative, will visit you some time next week... We are delighted that SEC can be part of your store’s beginning and look forward to serving you for many years to come... ”*

Письма-требования и ответы на них пишутся для того, чтобы информировать адресата о проблеме и предложить справедливый способ ее решения, ср.: *“We are sorry that the model 88b handsaws you purchased have not lived up to your expectations... Our lab people are already at work trying to discover the source of the problem.”* Данный вид писем может содержать интернациональные номенклатурные обозначения аббревиатурного характера. Графические сокращения, в основном заимствованные из английского, сохраняют свою форму во всех языках, приобретая в русском языке форму акронима или алфаветизма, ср.: *f.o.b.* < *free on board* → **ФОб** ‘свободен на борту’ ‘условие продажи, согласно которому в цену товара включается его стоимость и расходы по его доставке и погрузке на борт судна’, *f.a.s.* < *free alongside ship* → **ФАС**, *фас* ‘франко вдоль борта судна’, *c.i.f.* < *cost, insurance, freight* → **СИФ**

‘стоимость, страхование, фрахт’, ‘условие продажи товара, при котором в цену товара включается его стоимость и расходы по страховке и транспортировке до места назначения’. Остальные виды деловых писем не демонстрируют каких-либо существенных отличий от писем-просьб и писем-ответов.

Особый вид писем представляют собой письма-реклама (товары почтой, предварительная реклама, информация о распродаже) и письма в поддержку общественных связей, последние предназначены для повышения престижа фирмы и демонстрации внимания и дружеского отношения к ее клиентам. Их цель — убедить адресата в своей стабильности и благонадежности, ср.: “*Now that you’ve used your AmWay credit card for the first time... We’d simply like to take this time to thank you for making you first purchase and assure you that everyone at A&M (< American Way) is always ready to serve you...*”

В социальных письмах, например объявлениях, представленность и характер употребления аббревиатур соотносится с соответствующими показателями деловых писем, ср.: “*The ESCO Corporation is pleased to announce the appointment of Ms. Roberta Jenkins as its executive vice-president and request the pleasure of your company at the reception in her honor...*”

В целом незначительные различия по языкам в жанре служебной переписки можно объяснить тем обстоятельством, что если в западноевропейских странах этика бизнеса сложилась давно и получила свое формальное закрепление в сфере деловой переписки, которая носит этикетный характер со строгими, почти кодифицированными требованиями, то в России только последние десятилетия отмечены началом ее стабильного развития. Низкая представленность графо-лексических аббревиатур в жанре делового письма и практически полное отсутствие лексических сокращений (за исключением официальных названий организаций на русском языке) объясняются требованиями, предъявляемыми к жанрам обиходно-делового формата делового дискурса и закрепленным в специальных пособиях [Gefvert 1985], которые указывают на недопустимость использования большого количества аббревиатур и предписывают употребление только строго ограниченного инвентаря подобных единиц.

Таким образом, все более широкое распространение аббревиатурного способа словообразования определяется языковыми, социальными, культурно-историческими, дискурсивными и коммуникативными факторами.

Литература

Geyfert C.J. The Confident writer. A Norton handbook. N.Y.; Lnd.: W.W. Norton & Company, 1985. 648 p.

Вострикова Н.В. Культурно-национальные особенности клише и штампов французской деловой корреспонденции // Проблемы прикладной лингвистики / Пенз. гос. пед. ун-т. Пенза, 2003. С. 42-45.

Деловое письмо на английском языке / Сост. О.И. Антонов, Е.А. Филатова. Тверь: Прогресс, 1992. 112 с.

Русский язык: Энциклопедия. М.: Энциклопедия, 1998. 792 с.

Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 23 с.