

другую функционально-семантическую сферу. В эволюции собственно символа, этой структурной единицы художественного смысла, проявляет себя его способность открывать первообразы, возводить обозначаемое из сферы единичного и преходящего до сферы вечно сущего, говорить, по образному выражению К.Г.Юнга, тысячью голосами.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Cassirer E. Philosophie der symbolischen Formen. Berlin, 1923.
2. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М., 1988.
3. Юнг К.Г. Психологические типы. М., 1996.
4. Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к произведениям художественной литературы // Проблемы души нашего времени. М., 1996.

**И.В.Драбкина, А.А.Харьковская**

*Самарский госуниверситет*

## ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

В последнее время в сфере изучения особенностей различных типов текста официально-делового стиля, в том числе коммерческой корреспонденции, особую актуальность приобретают исследования, посвященные особенностям межкультурной коммуникации и повышению эффективности коммуникации, в частности, - в деловой сфере. В связи с этим повышенный интерес вызывает культурный компонент текста и его лингвистическое отражение в тексте деловой корреспонденции. По замечанию Т.М.Баталовой, "неразрывное единство объективного и субъективного делает культурный компонент источником межкультурных традиций в ситуации культурного общения. Его ценность определяется прагматическими задачами, которые направляют мысль автора и влияют на выбор и интерпретацию культурных заимствований" [1, 12]. Следует отметить, что в современном мире при стабильной ориентации коммерческой корреспонденции неанглоязычных стран на устоявшиеся англоязычные образцы коммуниканты, для которых английский язык не является родным, объективно привносят в текст присущие их собственным культурам особенности, которые отражаются и на лингвистическом

уровне, что не может не оказывать влияния на эффективность и адекватность общения.

Подробное изучение лингвистического механизма реализации культурного компонента необходимо также и для практических целей подготовки специалистов-переводчиков, владеющих навыками оформления деловой документации на английском языке, для создания адекватно прогнозируемого прагматического эффекта.

В настоящей статье рассматриваются основные лингвостилистические особенности текстов деловой корреспонденции, составленных англоязычными и неанглоязычными коммуникантами на английском языке. Материалом для исследования послужили деловые письма, выполненные на английском языке, общим объемом 100 страниц машинописного текста. В целях сохранения коммерческой тайны организаций, любезно предоставивших письма для лингвистического анализа, не представляется возможным дать подробный список источников фактического материала, но для приводимых в тексте статьи примеров указывается страна, в которой были составлены эти письма. В цитатах из писем сохраняются все синтаксические, лексические и орфографические особенности оригинала.

Специфика лингвистического оформления деловой корреспонденции во многом определяется фоновыми культурными ценностями коммуникантов. Как отмечают Ларс М. Фант и Аннет Грайндстед, представителям разных культур присущи разные ценности, ролевые отношения и различная ценностная ориентация [2, 567], что находит объективное отражение в деловой переписке и в деловом общении вообще. В большинстве аутентичных деловых писем реализуется характерная психологическая направленность на адресата, так называемая "you - attitude", а также применяются специфические приемы для овладения и поддержания внимания адресата. В аутентичных деловых письмах также прослеживается тенденция к деперсонализации адресанта или к выражению его единства с адресатом, что на лингвистическом уровне реализуется с помощью отказа от личных местоимений первого лица единственного числа и все более широкого употребления местоимения первого лица множественного числа "we":

Dear Mr. X,

1) We received a copy of the Contract on Friday, 4th October; it is good to know that we can communicate in this way. (UK, Scotland)

Деперсонализация также находит отражение и в том, что аутентичное деловое письмо практически никогда не открывается описанием адресанта и его пожеланий, но только информацией о выгодах, которые адресат получит, если согласится сотрудничать с

отправителем письма. В отличие от этого "золотого правила", неаутентичные письма, составленные на английском языке, как правило, начинаются с представления адресанта.

#### URGENT TRANSFER OF FUNDS:

I'm colonel Okafor Cletus - commandant 3rd mechanized infantry brigade of the Nigerian army and member provisional ruling council (P.R.C.) - the apex ruling body of the present military administration in Nigeria. (Nigeria)

На лингвистическом уровне эгзосфокусированность делового письма выражается в частом употреблении различных вариантов "I"-формы, особенно в начальном и заключительном параграфах делового письма.

For your assistance am offering you fifteen percent commission to cover all your sundry expenses. Please contact me immediately to enable me send you a power of attorney that will empower you to represent my interest in London.

Best regards,  
(signature) (Nigeria)

Употребление местоимений "me" и "my" в этом отрывке наглядно иллюстрирует то, как агрессивно может быть оформлена просьба. В целом отрывок производит впечатление навязчивой эгзосфокусированности при полном пренебрежении интересами партнера по коммуникации.

Такое различие в отношении самоосознания коммуникантов предположительно можно объяснить ориентацией коммуникантов на долг перед обществом /долг перед группой, и, соответственно, большей или меньшей логичностью/ эмоциональностью, характерной для разных культур [Классификация 2, 567]. Аутентичная деловая корреспонденция, как правило, характеризуется меньшей эмоциональностью и большей логичностью, что на лингвистическом уровне отражается в графическом членении текста на параграфы или блоки (часто пронумерованные, если англоязычный адресант приводит аргументы за или против какого-то положения) или в отсутствии иноязычных лексических включений. Очевидно, имеет место также и межкультурное различие между авто- и гетеростереотипом коммуникантов: англоязычные коммуниканты предпочитают рассматривать адресата как доброжелательного партнера, в то время как неанглоязычные коммуниканты порой ощущают необходимость самоутверждения в сфере делового общения.

Прямых упоминаний о культурных ценностях коммуникантов в текстах деловой корреспонденции почти нет, но на лингвистическом

уровне можно отметить стилевую разнородность деловых неаутентичных писем, их более высокую степень идиоматичности, однако в них практически отсутствуют деловые клише и штампы.

I have decided to **make hay while the sun still shines**. (Nigeria)

My getting your address is **the work of god** and since then I have the strong hope that you can help me even though **the present world is full of dishonesty and mistrust**.

Four of us that **hatched up this plan** are all government and army officers. (Nigeria)

В приводимых примерах можно отметить неоправданное с точки зрения стилевой принадлежности употребление идиоматической фразеологии, а также нехарактерное для аутентичной деловой корреспонденции упоминание о боге и о плачевном состоянии морали в современном мире, которое может быть привычным или даже необходимым элементом в культуре или деловом этикете страны, где было составлено это письмо.

Характерно также влияние конструкций родного языка (например, недискриминативное употребление наречий и прилагательных в предикативной позиции), опущение подлежащего в предложениях, ошибки в употреблении артиклей, орфографические ошибки:

Transportation of Goods to Novorossiysk is **payed** by the Seller... (Italy)

The Seller guarantees the quality that **suit** the international requirements for **this** Goods... (India)

**Am 63 years old and attached** to the Nigerian customs and excise at the Muritala Mohammed International Airport. (Nigeria)

В текстах корреспонденции, составленной неанглоязычными коммуникантами, наблюдается большой удельный вес императивных конструкций, что можно проиллюстрировать следующими примерами:

In the meantime if you have any suggestions for an appropriate partner for Samara that I could, perhaps, approach on your behalf, I look forward to hearing from you. (UK, England)

If you are willing to work for us under the stated conditions, contact me immediately through phone or fax so that we can start without delay. (Nigeria)

Для неаутентичных деловых писем характерно своеобразное употребление моделей этикетного характера, особенно в начальном параграфе и в заключительной формуле, которые оставляют впечатление небрежности или фамильярности. Так, например, в приводимом ниже примере заключительной формулы употребляется разговорное "thanks", вместо принятых в заключительной формуле

запятых используются точки, что создает впечатление пренебрежительной резкости.

**Thanks.**

**Best regards.**

(signature) (Nigeria)

Все эти факторы могут оказывать негативное влияние, создавая впечатление эгоцентризма, диктата со стороны неанглоязычных коммуникантов. Поскольку "всякая коммуникация имеет под собой конфликтную основу, нормой коммуникативной деятельности будет расхождение целей коммуникантов (на устранение которых во многом и направлены их усилия). В случае состоявшейся и нормально развивающейся коммуникации конфликт будет представлять собой основу коммуникативного акта и ключ к пониманию развития возникающего в результате его текста как диалогического, так и монологического" [3, 74]. Подводя итоги, можно сказать, что чем больше признаков диалогичности в тексте корреспонденции, чем больше он ориентирован на адресата, тем более успешно он составлен.

Следует также отметить, что по замечанию Р.Фишера и В. Ури "in any negotiation it is highly desirable to be sensitive to the values, perceptions, concerns, norms of behavior, and mood of those with whom you are dealing. Adapt your behavior accordingly. The more successfully you can get in step with that person's way of thinking, the more likely you are able to work out an agreement" [4, 166]. Однако, адаптация англоязычных коммуникантов к культурным традициям неанглоязычных партнеров по общению минимальна. В письменном общении она сводится к насыщенности текста формулами вежливости и модальными словами желательности и возможности. Представляется, что в деловой корреспонденции наблюдаются не все из известных в лингвистической литературе коммуникативных стратегий, зарегистрированных для делового общения. Со стороны неанглоязычных коммуникантов обнаруживается стратегия аккомодации, проводимая более или менее успешно, предполагающая адаптацию собственного речевого поведения к речевому поведению партнера по коммуникации. Со стороны англоязычных же коммуникантов наблюдается стратегия вербального уклонения "verbal avoidance", которая предполагает умолчание о тех моментах, которые могут привести к межкультурному непониманию. Вероятно, отсутствие в текстах деловой корреспонденции элементов коммуникативной стратегии, известной как вербальное утверждение "verbal assertiveness", предусматривающей прямое упоминание межкультурных различий и требование их признания, объясняется тенденцией к вежливости, опасением обидеть партнера, а следовательно, и опасением не получить желаемых результатов. При простран-

венно дистанцированной коммуникации в деловых письмах невозможны оперативные адекватные действия по выяснению и снятию противоречий, что вполне возможно при непосредственном устном общении.

Приведенные наблюдения, естественно, не исчерпывают всех особенностей аутентичных и неаутентичных деловых писем, однако подчеркивают специфику как тех, так и других писем, что необходимо учитывать в процессе деловой коммуникации.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Баталова Т.М. Культурный компонент как элемент структуры текста // Индивидуальное и социальное в текстообразовании / Сб. науч. тр. МГЛУ. Вып. 376. М., 1991.
2. Lars M. Fant and Annette Grindsted. Responses to Value Mismatch in Intercultural Negotiation Interaction // Text, volume 15 - 4 (1995). Ed. by Teun A. Van Dijk. Berlin, New York.
3. Кандинский Б.С. Текст как единица конфликтной коммуникации // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. Вып. 252. М., 1985.
4. Fisher R., Ury W. (with Bruce Patton, editor). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Going In. - 2nd ed. N.Y.: Penguin Books, 1991.

**С.И.Дубинин**

*Самарский госуниверситет*

## РЕГИОНАЛЬНОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ НЕМЕЦКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА И ЛЕКСИКОГРАФИИ XVI ВЕКА

В эпоху позднего Средневековья немецкий письменный литературный язык был представлен в виде нескольких конкурентных территориальных вариантов, ведущими из которых являлись восточно-средненемецкий и юго-восточный узусы. Важным показателем приоритетности локального "стандарта" являлась фиксация его лексического узуса в первых немецких словарях, появившихся в начале XVI века. Однако в работах отечественных исследователей истории немецкого литературного языка вопрос о месте лексикографии в процессе унификации территориального варьирования на раннем этапе не акцентируется. Так, в фундаментальных исследованиях М.М. Гухман эта проблема затрагивается лишь в связи с процессом воздействия