

## **СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЧЕВЫХ КЛИШЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОСОБИЙ ПО ОБУЧЕНИЮ ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)**

*Аннотация.* Настоящая работа посвящена рассмотрению клишированных конструкций как инструмента оптимизации процесса деловой коммуникации и как средства соблюдения этикетных норм участниками делового общения. Клише деловой речи исследуется как стилистически маркированная лексико-синтаксическая единица, для которой характерна дистрибуция входящих в нее структурно-семантических элементов. На основании произведенного анализа представляется возможным выявить специфические лингвистические параметры клишированных единиц, а также установить их связь с национально-специфическими особенностями англоязычной бизнес-коммуникации. Учет данных факторов позволит выстроить продуктивные деловые отношения.

*Ключевые слова:* деловая коммуникация, официально-деловой текст, клише, стандартизированные языковые единицы, речевой этикет, коммуникативная эффективность.

В современном мире неоспоримым является факт возрастания значимости деловой коммуникации и, как следствие, увеличения ее объема, а также появления ее новых форм. Успешность взаимодействия сторон в рамках данного дискурсивного сегмента во многом зависит от их умения грамотно выстраивать вербальную сторону бизнес-процессов с применением адекватных коммуникативному контексту речевых средств. Поскольку английский язык является общепризнанным языком международного, в том числе – делового, общения, каноны англоязычного бизнес-взаимодействия являются эталонными для представителей иных языковых культур. Таким образом, особенности использования языковых средств в контексте англоязычной бизнес-коммуникации, а также тонкости их адаптации к конкретной коммуникативной ситуации представляют собой актуальное поле для лингвистического исследования.

Одной из наиболее характерных, и в то же время культурно-специфичных, черт англоязычного делового дискурса является наличие в нем целого ряда речевых клише, способствующих оптимизации процесса деловой интеракции и повышению его эффективности. В связи с этим *целью* настоящего исследования представляется

выявление лингвистических параметров, а также роли, функций и прагматического влияния клише на коммуникативный процесс в деловой среде.

Для рассмотрения манифестации специфических особенностей клишированных конструкций был произведен структурно-семантический и функциональный анализ клишированных лексических и синтаксических элементов на материале англоязычного пособия по обучению деловой коммуникации «Email and Commercial Correspondence» автора Э. Волворка [9]. Для анализа методом сплошной выборки было отобрано 44 клишированных конструкции.

Специфика применения стандартизированных речевых единиц в большой степени зависит от культурологических параметров конкретного коммуникативного контекста. При этом каждая культура обнаруживает свои характерные черты, оказывающие влияние на особенности процесса коммуникации, в том числе деловой. К примеру, согласно теории высоко- и низкоконтентуальных культур Э. Холла представители США и Англии являются носителями низкоконтентуальной культуры с такими отличительными особенностями, как *четкая и ясная оценка обсуждаемых тем и вопросов; рациональность и эксплицитность процесса коммуникации; отсутствие недосказанности* [6, с. 134]. Данные особенности детерминируют основные характеристики официально-делового стиля, такие как **высокий уровень регламентированности речи; официальность; безличность лексических конструкций** [2, с. 57-58]; *упрощенность и стандартизация; отсутствие проявлений эмоциональности* [7, р. 42–44] и **структурированность**, обусловленные стремлением к экономии времени, необходимости корректно донести информацию и получить конкретный ответ [3, с. 83].

Под **клише** традиционно понимается «речевой стереотип, готовый оборот, который используется в качестве легко воспроизводимого в определенных условиях и контекстах стандарта» [4]. Несмотря на то, что стандартизированность клише зачастую рассматривается как их недостаток, в контексте деловой коммуникации данные единицы выполняют ряд важных функций. Во-первых, за счет опоры на психологические стереотипы, они обладают способностью легко воспроизводить в сознании реципиента часто повторяющиеся явления действительности. Кроме того, благодаря автоматизации процесса воспроизведения готовых речевых формул, клише способствуют упрощению и оптимизации процесса коммуникации, что, в свою очередь, ведет к существенной экономии энергии, усилий и времени как со стороны адресата, так и со стороны адресанта передаваемого сообщения [4].

Подтверждением вышеуказанной регламентированности речи является фокусирование внимания Э. Волворка на специфике употребления клише при обращении к получателю в письме. Автор отмечает, что при первом контакте с собеседником следует использовать полную форму обращения: «*Dear Adrian*

*Wallwork (Dear + first name + second name)*», однако при последующих контактах предлагаются следующие формулы: «*Dear Adrian (Dear + first name)*» – употребляется при общении с собеседником, который занимает аналогичную должность и является равным по социальному и иерархическому статусу, или «*Dear Mr Wallwork (Dear + Mr + second name)*» – при общении с человеком, находящимся на более высокой позиции в конкретной деловой иерархической системе [9, p. 9].

Наряду с этим, несмотря на стремление к экономии времени и достижению поставленных целей в кратчайшие сроки, для представителей англоязычной культуры является важным соблюдение базовых этикетных норм, обусловленных особой ценностью наличия у партнеров по деловой коммуникации умения с достоинством реагировать на различные жизненные ситуации, что характеризуется как культ предписанного поведения или культ самоконтроля [8, p. 105–116]. Данная особенность проявляется в рекомендации Э. Волворка использовать в процессе написания деловых писем различные вводные стандартизированные конструкции, которые варьируются в зависимости от своего функционального предназначения и включают группы единиц, употребляющихся в следующих ситуациях:

**1) при приветствии:**

1. «*Hi!*»;
2. «*Good morning*»;
3. «*Hello*»;
4. «*To whom it may concern*» [9, p. 118];

**2) при представлении себя или компании:**

1. «*I just wanted to take this opportunity to introduce myself...*»;
2. «*You may remember we met last year ...*»;
3. «*I am the agent for ... and I wish to ...*» [9, p. 119];

**3) при выражении благодарности:**

1. «*Thank you for your interest in ...*»;
2. «*Thank you for your letter of the ... informing us that ...*»;
3. «*Thank you for your letter of the ... and have much pleasure in replying to your carious questions as follows*» [9, p. 121];

**4) при завершении письма:**

1. «*I would be grateful for any further information you may be able to give me about ...*»;
2. «*I look forward to hearing from you. Best regards, Adrian Wallwork*»;
3. «*Thanks in advance. Best regards Adrian Wallwork*» [9, p. 16].

В представленных выше примерах присутствует следующая особенность – выбор лексических единиц и клишированных конструкций обусловлен межличностными отношениями участников общения. Таким образом, при коммуникации с незнакомыми

людьми или сотрудниками, занимающими более высокую должность, предпочтительно использование официального стиля и развернутых вводных конструкций, в то время как общение с коллегами, находящимися на аналогичных позициях в корпоративной иерархии, характеризуется употреблением неформального стиля и сокращенных клишированных конструкций и лексических единиц. Отсюда следует, что представители англоязычной культуры, с одной стороны, стремятся соблюдать этикетные нормы и выражать уважение к собеседнику, с другой стороны, склонны к экономии времени отправителем информации (при написании делового письма) и получателем информации (при прочтении делового письма) в процессе общения в тех ситуациях, когда это представляется возможным.

Резюмируя все вышесказанное, Э. Волворк приводит пример градации выбора лексических конструкций при написании просьбы, которые варьируются от прямых императивов до клишированных конструкций в зависимости от отношений участников коммуникации:

1. «*Revise the document for me.*»;
2. «*Will you revise the document for me?*»;
3. «*Can you revise the document for me?*»;
4. «*Could you revise the document for me?*»;
5. «*Would you mind revising the document for me?*»;
6. «*Do you think you could revise the document for me?*»;
7. «*Would you mind very much revising the document for me?*»;
8. «*If it's not a problem for you could you revise the document for me?*»;
9. «*If you happen to have time could you revise the document for me?*» [9, p. 55].

Вышеприведенные примеры демонстрируют, что количество лексических единиц и длина употребляемых клишированных конструкций прямо пропорциональны степени уважения к партнеру по коммуникации, а, как следствие, и готовности уделить большее количество времени для написания письма.

Наряду с этим следует отметить, что английский менталитет отличают *стабильность характера, самообладание, сдержанность, обходительность, такт, вежливость и учтивость* [8, p. 105–116]. Соблюдение этикетных норм, упомянутых ранее, отражает данные особенности менталитета и, как следствие, является важным аспектом англоязычной деловой культуры.

Например, вполне логичным для экономии времени было бы использовать следующие конструкции в деловой переписке:

1. «*You have sent me the wrong attachment.*»;
2. «*I need it now.*»;
3. «*I have not received a reply to my email dated ...*» [9, p. 53].

Однако приведенные выше варианты отмечаются Э. Волворком как неприемлемые, поскольку англоговорящий собеседник сочтет отправителя, употребившего их, агрессивным настроенным человеком с низким уровнем образования и поведенческой культуры. Наиболее предпочтительными вариантами являются следующие:

1. «***I think you must have sent me the wrong attachment.***»;
2. «***I appreciate that this is a busy time of year for you but I really do need it now.***»;
3. «***I was wandering whether you had had a chance to look at the email I sent you dated ... (see below)***» [9, p. 53].

Подводя итог, Э. Волворк резюмирует, что в процессе деловой переписки следует использовать непрямую косвенную речь с применением *вводной фразы*, а также, если возможно, выразить сочувствие и понимание, связанные с проблемной ситуацией, возникшей у партнера по коммуникации.

Таким образом, при общении в рамках деловой коммуникации в контексте соблюдения этикетных норм представляется допустимым пренебречь временем для того, чтобы выразить расположение и желание к сотрудничеству в отношении к партнеру по коммуникации.

Тем не менее существенным представляется факт, что профессиональный язык направлен на достижение эффективного профессионального общения между специалистами. Отсюда следует, что языковые средства, используемые в определенной сфере, составляют систему, в которой понятия объединены логическими отношениями подчинения и соподчинения. По этой причине важным является стремление к лаконичности в тех случаях, когда потребность в избыточном употреблении лексических единиц отсутствует [1, с. 202].

В связи с этим в процессе деловой переписки не рекомендуется злоупотреблять клишированными конструкциями в тех ситуациях, когда в них нет необходимости. К примеру, следующие предложения содержат избыточное количество лексических единиц и конструкций, которые не оказывают положительного влияния на содержание, а, напротив, вынуждают получателя тратить больше времени на их прочтение:

1. «***This is the second time I have written to request ...***»;
2. «***I am still awaiting a response to my previous email ...***»;
3. «***As clearly stated in my previous email,***»;
4. «***If you had taken the time to read my email carefully ...***» [9, p. 54].

Помимо всего вышеперечисленного необходимо учитывать тот факт, что большое количество европейцев активно использует английский язык в качестве средства деловой коммуникации, однако он, не являясь для них родным, не в полной мере отражает их образ мышления. В связи с этим нормы вежливости, применяемые в британском варианте делового этикета, получили широкое распространение

и в остальных вариантах английского языка, что также нашло свое отражение в особенностях употребления клишированных конструкций. Знание культурно обусловленной специфики использования клише в деловой коммуникации позволяет минимизировать риск возникновения ошибок, снижающих эффективность деловой интеракции [5, с. 52].

В частности, одной из разновидностей вышеупомянутых форм проявления вежливости и расположения к партнеру по деловой коммуникации является формальное проявление интереса к положению дел у собеседника и/или предоставление персональной информации. К примеру, используя клишированные конструкции и спрашивая «*how are you?*» [9, p. 56], целью отправителя является не получение информации о проблемах партнера по переписке, а демонстрация позитивного настроения и соблюдения установленных правил общения. В дополнение к этому формальная информация о себе может быть также включена как в начало отправляемого сообщения, так и в его конец:

1. «*Hope you had a good weekend. I spent most of mine cooking*»;
2. «*So how was your weekend? We went swimming – we were the only ones in the sea!*»;
3. «*How's going? I am completely overloaded with work at the moment*»;
4. «*Regards from a very hot and sunny Caracas*»;
5. «*Hope you have a great weekend – I am going to the beach*» [9, p. 56].

Вместе с тем, важно помнить, что подобный обмен информацией должен быть коротким и не занимать чрезмерное количество времени. По этой причине следует избегать конкретных и неуместных вопросов, которые могут ввести собеседника в затруднительное положение и вынудить его уделить излишнее время на продумывание корректного ответа на поставленный вопрос. Данное отклонение от нормы может быть проиллюстрировано следующим примером: «*I saw your status on Facebook. It seems you had a nice time in Venice!*» [9, p. 56].

В приведенном примере прослеживается проявление чрезмерного интереса к жизни собеседника и вторжение в его личное пространство.

Итак, на основании всего вышеизложенного может быть сделан вывод о том, что деловое общение имеет определенные правила, которых участникам данного вида коммуникации следует придерживаться в целях эффективного осуществления деятельности и соблюдения норм этикета. Использование различных клишированных конструкций является не только важным структурным, но также и этикетным компонентом, поскольку их употребление свидетельствует о воспитанности адресанта, а также о его уровне владения культурой письменной речи. Вместе с тем, использование так называемых клише (приветствие, самопрезентация, выражение благодарности, прощание) носит прагматический характер в контексте деловой

коммуникации, способствует предотвращению конфликтных ситуаций, а также установлению продуктивных взаимоотношений, которые, в свою очередь, оказывают позитивное влияние на деловой процесс.

Результаты, полученные в ходе проведенного исследования, могут быть применены в практике деловой коммуникации на английском языке, где отсутствие навыков применения клишированных конструкций может привести к коммуникативному сбою и неудаче в выстраивании гармоничных партнерских отношений.

### **Литература**

1. Варфоломеева Н.С. Вариативность делового этикета в английской, американской и русской лингвокультурах // Эпоха науки. 2022. № 32. С.200–204.
2. Исмагилова И.Р. Лексические особенности перевода деловой корреспонденции // Вестник ЧелГУ. 2012. № 21. С.57–60.
3. Кобызева С.В., Акшумова К.В. Модальность текстов деловой коммуникации // Филологические науки: состояние, перспективы, новые парадигмы исследований. 2020. № 3. С.81–89.
4. Лингвистический словарь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy/klishe/?q=486&n=708> (дата обращения: 12.07.2023).
5. Малюга Е.Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации // Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика. 2009. № 3. С.52–60.
6. Малюга Е.Н. Основные характеристики профессионального языка // Вестник СамГУ. 2011. № 1/2 (82). С.133–138.
7. Cherkunova M.V., Ponomarenko E.V., Starostina Yu. S. Stylistic Analysis of the Text. Moscow: Flinta, 2023. 144 p.
8. Hall E.T. Beyond Culture. N.Y.: Anchor, 1976. 256 p.
9. Wallwork A. Email and Commercial Correspondence. N.Y.: Springer, 2014. 164 p.