

УДК 81'42

Коммуникативные функции деловых писем в современном русском языке

О. Н. Эль-Амари

Высший институт языков Туниса, Карфагенский университет, Тунисская республика;

Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского

E-mail: helemina@mail.ru; laguzova.e@mail.ru

Научная статья

В статье рассматриваются коммуникативные функции деловых писем в современном русском языке и языковые средства их выражения. Представлены контактоустанавливающая, информационная, побудительная, воздействующая, манипулятивная, регулирующая, экспрессивная, социально-культурная, интерпретативная, конфронтативная, подтверждающая, идентифицирующая функции. Установлена зависимость языковой организации делового письма от функции письменной коммуникации. Проанализированы лексические, морфологические, синтаксические средства выражения этих функций в деловом письме. Показана значимость инфинитивных конструкций, вводно-модальных слов в реализации воздействующей функции делового письма. Обращено внимание на семантику предикатов, участвующих в реализации манипулятивной, побудительной, или стимулирующей, и экспрессивной функций. Рассмотрены клишированные выражения, выполняющие контактоустанавливающую (фатическую), манипулятивную, конфронтативную, подтверждающую коммуникативные функции. Раскрыт двойственный характер идентифицирующей функции делового письма, служащей для проявления идентичности в профессиональной сфере, а также для сообщения об авторе письма и адресате.

Ключевые слова: деловое письмо, коммуникативная функция, письменная коммуникация, коммуникативная цель

Целесообразность внутренней и внешней организации текста делового письма определена, во-первых, функциями письменной коммуникации, во-вторых, коммуникативными целями коммуниканта.

Функции письменной коммуникации выражаются, во-первых, вербально, т. е. на уровне связи между словами в синтаксической конструкции (предложении,

Communicative functions of business letters in the modern Russian language

O. N. El'Amari

Higher Institute of Languages, The University of Carthage, Tunisian Republic;

Yaroslavl State Pedagogical University after K.D. Ushinski

Scientific article

The article deals with the communicative function of business letters in the modern Russian language and means of its expression. The functions of contact establishing, functions of information, incentive, impact, manipulative, regulatory, expressive, socio-cultural, interpretive, confrontation, supporting, identifying are presented. The dependency of the linguistic organization of a business letter on written communication function is established. Lexical, morphological, syntactic means of expressing these functions in a business letter are analyzed. The importance of infinitive constructions, introductory-modal words in the realization of impressive functions of the business letter is shown. Attention is paid to the semantics of the predicates involved in the manipulative, motive or incentive, and expressive functions. Cliche that establish contact (phatic function) and performs the functions of manipulative, confrontation, supporting, identifying are considered. The dual character of identification function of a business letter are revealed; this function serves to display identity in the professional field as well as posts about the author and the addressee of letter.

Keywords: business letter, communicative function, written communication, communicative purpose

словосочетании), в отдельной лексической или лексико-фразеологической единице (устойчивом словосочетании или устойчивом обороте), в отдельном синтаксическом приеме, и, во-вторых, с помощью структурных компонентов, которые являются неотъемлемыми частями самого жанра и собственно выделяют деловое письмо на формальном уровне в отдельный жанр делового документа, а именно обязательных реквизитов (если необязательным реквизитом в русском деловом письме является тема письма, то обязательным будет указание адресата).

Заметим, что употребление понятия лексико-фразеологической (а не просто фразеологической) единицы не случайно: в деловых письмах используются и отдельные слова (канцеляризмы, штампы: *каковой, таковой, мероприятие*) или предложные сочетания (*в виде исключения, с уважением*), описательные глагольно-именные обороты (*оказывать помощь*), и устойчивые обороты, которые в полной мере нельзя назвать фразеологизмами. Синтаксическим приемом можно, например, назвать употребление каких-либо отдельных вводных слов, конструкций для усиления эффекта в достижении коммуникативной цели (*кстати, ...*), для соучастия (*мы понимаем*) или смягчения затруднительной коммуникативной ситуации (*Мы уверены, что... (возникшую ситуацию еще можно скорректировать)*).

Итак, на основе лексико-грамматического и стилистического анализа корпуса деловых писем можно установить соответствия в использовании языковых средств функциям письменной коммуникации и коммуникативным целям коммуникантов. Одни и те же средства могут служить разным функциям, их употребление в том или ином значении обуславливается синтаксическим контекстом и коммуникативной целью.

1. Контактустанавливающая (фатическая) функция находит отражение в специальных речевых действиях: обращении, приветствии, комплименте, прощании – и обычно структурно присутствует в этикетно-формальной части письма. Помимо этого, данная функция предусматривает представление себя, указание на построение, предмет, последовательность изложения мысли в письменном сообщении. Также данную функцию выполняет «шапка» письма, выделение абзацем. Этим достигаются следующие коммуникативные цели: установление, поддержание или прекращение коммуникации.

Составитель письма обычно обозначает специальными, так называемыми метатекстовыми, конструкциями части своего текста: *Прежде всего...; Мы бы хотели обратить ваше внимание на...; Во-первых...; во-вторых...; в-третьих...; В заключение* и т.п.

При представлении компании используются конструкции «кто – (это) кто», т.е. бисубстантивные предложения [1]. Ср.: *ООО "..." – динамично развивающаяся компания, основным направлением нашей деятельности являются комплексные поставки [...]*.

2. Информационная функция (сообщение) состоит в передаче коммуникатором информации в виде текста, в изложении сути дела. В тексте выражается в использовании повествовательных предложений. В деловых письмах это доминирующая функция, она указывает на смысл сообщения. Для ее реализации используются различные средства языка. Например, для выражения отказа используются такие конструкции, как: *Ваш проект отклонён по следующим причинам...; В настоящее время наша организация не имеет возможности...* и т.п.

3. Побудительная, или стимулирующая, функция служит для реализации коммуникативных целей коммуникатора: привлечения внимания, побуждения к действию адресата. Проявляется как в форме прямого требования или призыва, так и в более завуалированных формах выражения. Используются вербальные выражения повелительной модальности (*Обратите внимание на...*) или апелляционного характера (*Видите ли..., Как вы понимаете...*), безличные предложения с главным членом, выраженным модальными предикативными наречиями *необходимо, нужно, должно, возможно, невозможно* и др. (*Необходимо предоставить следующие документы...*).

Побудительная функция отличается от воздействующей тем, что адресат действует либо по требованию, настоянию адресанта, либо в силу активизации желания адресата действовать (побуждение – некий толчок к действию).

Используется сослагательное наклонение в синтаксическом контексте (с союзом *чтобы*): *... хотелось бы, чтобы ваши претензионные письма сопровождалась не только*

статистическими данными, но и актом, составленным в присутствии водителей (экспедиторов), которые несут полную ответственность за качество и количество поставляемого груза. Данное употребление близко к разговорному, что снижает коммуникативное качество официальности.

Употребляются простые двусоставные предложения: *Каждое претензионное письмо сопровождается фотографиями бракованной продукции* – вместо, например, односоставного инфинитивного со значением необходимости, долженствования (*Необходимо сопроводить претензионное письмо...*).

4. Воздействующая функция.

Используются такие языковые средства, которые способствуют сознательному принятию решения о каком-либо действии или передаче информации. Этой цели способствуют:

1) инфинитивные конструкции: *При принятии решения всех мнений не учесть... Следует опираться на конкретные факты...*;

2) производные слова и повторы: *Необходимо изменить существующий метод оплаты... Изменение метода оплаты ускорит доставку товара...*

В данном случае побудительная функция усиливается и переходит в воздействующую, что доказывает их близость, условность в разделении. Заметим, что и манипулятивная функция, в общем, имеет побудительный, воздействующий характер, но выявляется при анализе языковых «хитростей», или уловок. Иными словами, речевые действия коммуникатора, облеченные в языковую форму, не непосредственно оказывают воздействие на речевое поведение коммуниканта-реципиента, а подразумевают его (воздействие);

3) вводные слова, выражающие субъективную модальность: *явно, очевидно* и др.

5. **Манипулятивная функция** также оказывает воздействие с целью побудить адресата вступить в коммуникативный контакт, сообщить информацию, совершить действие, изменить свое речевое и деятельностное поведение, воспринимаемое как свое собственное, но на самом деле принятое неосознанно, вопреки своему первоначальному намерению. Эта функция проявляется зачастую в использовании тех же языковых средств, что и при воздействующей функции, только в более изощренной форме, т. е. ненавязчивой, не прямой, как будто предполагающей выбор действия.

Используются инфинитивные предложения: *Вам выслать наш прайс-лист?* В тексте письма отмечаются стандартные обороты с глаголом в 1-ом лице (односоставные определенно-личные предложения) вместо побудительной конструкции: *Считаю целесообразным проводить фотофиксацию истертости этикеток также в их присутствии, для достоверности предоставляемой информации.* Употребление ментального предиката мнения *считать* является индикатором в различении функций. Если бы в этом предложении автор употребил глагол *настаивать*, то в коммуникативном акте отражалась бы побудительная функция коммуникации (*Настаиваю на проведении фотофиксации...*). Ментальный предикат знания или вводные слова, выражающие модус знания [2] (например, *явно, определенно*), передавали бы воздействующую функцию (*Определенно, целесообразным является проведение фотофиксации...*).

6. **Регулирующая функция** заключается в выработке единого мнения, организации успешного речевого взаимодействия в результате воздействия адресанта на адресата, но с соблюдением принципа взаимной выгоды, прихода к обоюдному согласию: *Изучив Ваше предложение более детально, мы пришли к заключению, что наши цели совпадают, и мы готовы к сотрудничеству при определенных условиях...*

7. **Экспрессивная функция** служит для позиционирования коммуниканта в процессе письменной коммуникации – указывает на отношение коммуниканта к данному акту коммуникации в целом или отдельным его элементам. Иначе говоря, экспрессивная функция языковых средств делового письма состоит в том, чтобы произвести необходимый коммуникативный эффект. Данная функция является периферийной в письменной деловой коммуникации, т. е. экспрессивность и эмоциональность не являются стилевой чертой текстов деловых писем, языковые показатели не прямо

указывают на эмоции, а чаще всего содержат в себе коннотации. Экспрессивная функция проявляется в общей эмоциональной окрашенности, или тональности текста письма, эмотивности, субъективности автора письма или оценочности (самооценке, субъективной оценке ситуации, объекта, адресата, модальной оценочности), причем и оценка (в том числе модальная), и эмоции, эмотив нами рассматриваются при анализе текста письма в единстве и связываются с экспрессией как более широким коннотативным компонентом высказывания. При этом мы ссылаемся на выводы В. Г. Гака о наблюдениях над эмоциями и оценками в структуре высказывания и текста, а именно о выделении единого модально-эмоционально-оценочного компонента [3], а также мнение Т.В. Маркеловой о взаимодействии оценочных и модальных значений в русском языке [4].

Экспрессия выражается в употреблении таких языковых средств: а) выражений «я считаю», «мы считаем»; б) оценочных или эмоционально-оценочных слов, выступающих в предложении в роли определений, предикатов, именной части составного сказуемого, обстоятельств.

Заметим, что мы учитываем и слова, в которых оценка сама по себе входит в лексическое значение, являясь не эмоциональной, а интеллектуальной. В оценочных словах может заключаться положительная оценка, которая отличает их от стилистически нейтральных слов: *Нами получены хорошие результаты...; Мы одобряем Ваше решение...; Наша компания является ведущей в области...; Наша компания является лидером в отрасли...; Мы безгранично Вам благодарны...* Эмоционально-оценочные слова имеют и негативную коннотацию: *Низкое качество вашей продукции компрометирует нашу фирму...* (*низкий, компрометировать* – слова отрицательной оценки).

8. Социально-культурная функция выражается в применении специфических языковых средств, имеющих социокультурный аспект. Эта функция проявляется в употреблении обращений, в форме прощания, в использовании языковых средств, в большей степени относящихся к соблюдению речевого этикета. Например, обращение к лицу по имени и отчеству: *«Уважаемый Сергей Владимирович!»*.

9. Интерпретативная функция заключается в толковании, раскрытии смысла адресатом воспринятых высказываний, текстов. Она реализуется в обратной связи, т. е. в ответной реакции адресата на сообщение адресанта. Положительная реакция может быть выражена в одобрении и/или принятии позиции адресанта и использовании языковых средств позитивной субъективной оценки. Отрицательная оценка позиции адресанта не находит обратной связи, т.е. реакция адресата выражается в игнорировании участия в коммуникации (адресат использует тактику молчания) или несет в ответе негативные эмоции и может породить конфликт, привести к конфронтации.

Например, в письме-ответе на претензию о браке продукции адресат интерпретирует информацию, изложенную адресантом в отношении забракованной продукции, как недостаточно обоснованную и выступает с контрпретензией: *С вашей стороны хотелось бы, чтобы ваши претензионные письма сопровождалось не только статистическими данными, но и актом, составленным в присутствии водителей (экспедиторов), которые несут полную ответственность за качество и количество поставляемого груза. Каждое претензионное письмо сопровождается фотографиями бракованной продукции. Считаю целесообразным проводить фотофиксацию истертости этикеток также в их присутствии, для достоверности предоставляемой информации* (Сохраняется авторская стилистика письма).

10. Конфронтативная функция. Коммуникативная цель – потребность в признании одной точки зрения в качестве идеальной, потребность в самовыражении, самоутверждении приводит к несогласию с мнением оппонента, в результате чего возникает деловой спор, попытка адресанта получить желаемую реакцию со стороны адресата при долгом ее отсутствии, в случае возникновения проблемы в бизнес-ситуации прибегание к применению мер воздействия за нарушения договорных обязательств. Каждая сторона прибегает к вербальным средствам воздействия. Более сильные средства, а также применение аргументов в пользу конкретной точки зрения либо

приводит к принятию одной точки зрения и отвержению другой, либо к разрыву отношений. Примеры: *Так как мы не получили от Вас никаких известий, хотелось быть уверенными, что наше предложение попало в поле Вашего зрения. Прилагаем копию нашего первоначального предложения. Мы считаем, что было бы правильным свериться с Вами и выяснить, одобряете ли Вы наше предложение; Настоящим выражаем свое несогласие...; Убедительно просим Вас срочно обеспечить отгрузку, в противном случае мы будем вынуждены в соответствии с п. ... договора предъявить штрафные санкции...; Ваша претензия о взыскании ... рублей за ... нами признана необоснованной.* Обычно партнеры по бизнесу стремятся сгладить конфликты и приносят извинения: *Примите, пожалуйста, наши искренние извинения за задержку оплаты счета на поставку партии комплектующих по договору от 12.03.2008 № 05-34/86, которая произошла по вине нашей бухгалтерии. В настоящее время оплата произведена, и мы надеемся, что в дальнейшем это не повторится.*

11. Подтвердительная функция выражается в выборе языковых средств, подтверждающих какие-либо события, договоренность, данные ранее обещания, оговоренные условия и заключающих в себе значение вежливости и уважения к партнеру. Ключевым словом является производное от глагола «подтверждать». Может включать в себя пожелание, просьбу, предложение. Обычно используются стандартные выражения: *Мы получили Ваши письма от...; Ваше письмо от ... получено нами; Сообщаем Вам, что мы получили Ваше письмо от ...; (Настоящим) подтверждаем (с благодарностью) получение (+существительное в родительном падеже)...; Подтверждаем получение документов на Ваши условия поставки...; С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению...; ООО "... " подтверждает получение товаров...;* а также при подтверждении своего согласия: *Подтверждаем...; Посылаем Вам наше подтверждение...; С удовлетворением подтверждаем...; Турагентство "... " подтверждает свою готовность установить взаимовыгодное и долгосрочное сотрудничество с ... и готова подписать соответствующие документы с учетом предложений Вашей стороны; Наша компания не возражает против создания и совместной эксплуатации станции спутниковой теле- и радиосвязи. Для ведения переговоров направляются руководители отделов объединения...; Наш центр рассмотрел Ваше письмо от... и сообщает...*

12. Идентифицирующая функция имеет двойственный характер.

Во-первых, она служит для проявления идентичности в профессиональной, а именно в деловой сфере, обнаруживающего себя в деловых языковых особенностях коммуниканта. Иными словами, с помощью данной функции мы понимаем, что тот или иной текст относится именно к деловому письму, так как характеризуется особыми коммуникативными качествами и лингвистическими показателями, т. е. эта функция является условным обобщением других функций письменной коммуникации. В этом случае она проявляется практически в любом коммуникативном высказывании. Поэтому спектр языкового выражения этой функции – самый разнообразный. Это и устойчивые обороты-идиомы или коллокации делового языка, и специальная лексика, и особые морфологические формы, и строгий порядок слов в предложении, и характерные синтаксические конструкции и пр. Использование языковых единиц делового стиля, таким образом, может быть идентификационным признаком бизнесмена, включая культурный компонент (принадлежность бизнесмена к определенному лингвокультурному сообществу).

Во-вторых, данная функция служит для сообщения о своей организации и о себе, т. е. авторе письма, и названия партнера по коммуникации, т. е. адресата. В языковом плане выражается в употреблении имен, отчеств, фамилий, наименований должностей, званий, титулов, организаций, использовании аббревиатур: *Тарасова Вера Алексеевна, Тарасова В. А., директор, исполнительный директор, руководитель, главный бухгалтер, заместитель директора по УПР/УВР, менеджер по продажам, уполномоченный представитель, уполномоченный посол, профессор, доктор, господин, госпожа* (прежде титулы, сейчас – выражение вежливости, почтения), *Его Превосходительство (посол), Статус-групп, ООО* и др. Эта функция во многом определяет форму приветствия адресата,

обращения к нему, прощания с ним. В данном случае идентифицирующая функция письменной коммуникации сопряжена с номинативной функцией речи, но не уподоблена ей: она осуществляется не просто в назывании, наименовании, т. е. для обозначения лица, но для привлечения внимания партнера по коммуникации, адресата и апелляции к действию, т. е. ответной реакции.

В-третьих, выражается в использовании экспрессивных средств языка, что объединяет ее с экспрессивной функцией. Экспрессивная функция способствует идентифицированию себя со своей бизнес-отраслью и с бизнесом в целом. В этом случае идентифицирующие высказывания намекают, как правило, на высокую самооценку коммуникатора. Идентифицирующая функция, скорее, ее явно не выраженный эффект, переносится в остальные функции письменной коммуникации.

Таким образом, языковая организация делового письма тесно связана с функциональным аспектом письменной деловой речи. Рассмотренные коммуникативные функции демонстрируют согласованность содержания текста с ситуацией адресата, способствуют достижению коммуникативной цели высказывания.

Ссылки / Reference

- [1] Герасименко Н. А. Бисубстантивные предложения: структура, семантика, функционирование: монография. М.: Изд-во МГОУ, 2012. 292 с.
- [2] Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3–21.
- [3] Гак В. Г. Эмоции и оценки в структуре высказывания и текста // Вестник Московского университета: Филология. 1997. № 3. С. 87–95.
- [4] Маркелова Т. В. Взаимодействие оценочных и модельных значений в русском языке // Филологические науки. 1996. № 1. С. 90–96.