

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

УДК 811.93

**Чекулай И.В.,
Воробьева А.Е.****ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММЕРЧЕСКОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ**

Аннотация. В статье наряду с основными денотативными характеристиками текстов электронных коммерческих писем рассматриваются их коннотативные особенности, создающие прагматическую специфику данных текстов и позволяющие передать дополнительный имплицитный смысл, заложенный в информативных характеристиках электронных деловых текстов на английском и немецком языках.

Ключевые слова: денотативные характеристики, электронные коммерческие письма, коннотативные особенности, имплицитный смысл.

Живой, непосредственный интерес к изучению деловой корреспонденции вполне закономерен. Современный этап развития общества связан с коренными преобразованиями экономики и развития торгово-рыночных отношений как в пределах нашей страны, так и за рубежом. В условиях постоянно расширяющихся деловых контактов, а также развития глобальных коммуникационных технологий (использование факсимильных сообщений, электронной почты, спутниковой связи и др.) английский язык все чаще используется в качестве рабочего в коммуникации на международном уровне, приобретая при этом новые признаки. Это создает предпосылку для научного осмысления особенностей электронной деловой корреспонденции с позиции лингвопрагматики.

В настоящей статье рассматриваются некоторые лингвопрагматические особенности электронных текстов деловой корреспонденции, составленных англоязычными и неанглоязычными коммуникантами на английском языке, а также немецкими представителями бизнес-сферы на немецком языке. Материалом для исследования послужили реально существующие электронные деловые письма, выполненные на английском и немецком языках. В целях сохранения коммерческой тайны организаций, любезно предоставивших электронную переписку с бизнес-партнерами для лингвистического анализа, не представляется возможным дать подробный список источников фактического материала. 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.

Лингвопрагматика как раздел языкознания направлена на изучение коммуникативных категорий речи, отражающих различные аспекты речевого акта, на обнаружение и описание способов отражения прагматической информации в процессе общения. Это реализуется с помощью таких конструкций, которые предполагают неоднозначное восприятие информации.

Интерпретация языка как средства коммуникативного воздействия позволяет абстрагироваться от традиционных принципов анализа языка и сосредоточить внимание на вопросах речевого общения, так как лингвопрагматика призвана исследовать языковые факты в аспекте человеческой деятельности, то есть основополагающим принципом прагматики является изучение конкретных ситуаций общения. Объектом исследования прагматики является высказывание как единица речевого общения. В центре высказывания находится взаимодействие адресанта и адресата (говорящего и слушающего). Со стороны говорящего это взаимодействие ограничивается реализацией сообщения в речи, а со стороны слушающего - полученной информацией. Здесь следует отметить, что процесс обработки информации носит скрытый, имплицитный характер, так как сообщение может быть дешифровано адресатом неоднозначно. Разграничение эксплицитного и имплицитного содержательных элементов высказывания позволяет слушающему наиболее полно раскрыть ту информацию, которая предназначена для понимания и, тем самым, выявить коммуникативные интенции говорящего, определить цель, с которой было произнесено то или иное высказывание. Под эксплицитным содержанием мы понимаем явный смысл высказывания, формирующийся посредством взаимодействия прямых значений тех компонентов, которые входят в состав высказывания. Под имплицитным содержательным элементом высказывания мы подразумеваем семантику, по-

нимаемую в информативном плане как скрытое, но предназначенное для сообщения содержание. Высказывание выражает имплицитную информацию в том случае, если единство его семантических и формальных сторон осознаётся в совокупности с условиями его употребления. Роль прагматических составляющих высказывания наиболее очевидна тогда, когда оно употреблено в конкретном речевом акте. Огромную роль в выражении скрытого содержания высказывания играет категория модальности.

Согласно традиционным взглядам на категорию модальности, высказанным В.В. Виноградовым, модальность выражает различные виды отнесения содержания высказывания к действительности. Кроме того, модальность заключает в себе отношение говорящего к сообщаемому и способствует выявлению коммуникативных интенций говорящего. Категория модальности является одной из основных категорий высказывания и может рассматриваться в рамках как предложения (грамматическая), так и более крупных синтаксико-коммуникативных единиц [Москальская О.И. 1981, 183] (например, текста электронного делового письма).

Рассмотрим реализацию грамматической и текстовой модальности на реальных примерах электронной деловой корреспонденции.

Текст не бывает равномерно окрашен в плане модальности. И.Р. Гальперин отмечает необходимость учета модальности в различных коммуникативных отрезках текста при анализе текстовой модальности в целом [Гальперин И.Р. 1981]. Так, например, традиционно считается, что в таких частях электронного коммерческого письма, как «обращение» и «прощание» модальность практически не проявляется. Это может относиться к клише, которые по сути являются деловыми стандартами коммерческой переписки: *Dear Customer (France)*, *Dear all (Germany)*, *Dear Sirs (Italy)*, *Sehr geehrter Herr X (Deutschland)*, *Dear Colleagues (France)*, *Dear Sir (England)*; *Yours faithfully (France)*, *Yours sincerely (England)*, *Sincerely yours (USA)*, *Mit freundlichen Grüßen (Deutschland)*. Тем не менее, учитывая тот факт, что электронная переписка призвана сократить временной разрыв между коммуникантами, приблизив их общение к реальным условиям, нормой «обращения» и «прощания» при составлении последующих E-mail сообщений делового характера (когда уже налажен контакт с потенциальными партнерами) становится использование неформального стиля: *Dear X (USA)*, *Hallo X (Deutschland)*, *Good afternoon (China)* (данное обращение вообще не свойственно для жанра деловой корреспонденции); *Regards (Italy)*, *Yours truly*

(*France*), *Best regards (USA)*. Важно отметить, что с модальной точки зрения использование имени в клише с обращением делает его более персонафицированным, что косвенно призвано оказать на реципиента нужное адресанту воздействие. Употребление в немецком деловом письме *Hallo X* также имеет прагматическую значимость: заверить адресата в своем дружественном настрое по отношению к нему.

Анализ фактического материала показывает, что, несмотря на то, что жанр деловой корреспонденции характеризуется официальностью, низкой степенью образности и эмоциональности, электронная коммерческая корреспонденция, очевидно, может содержать насыщенную модальность, поскольку призвана оказать определенное воздействие на эмоциональное состояние адресата и подвести его к принятию желаемого решения. В зависимости от семантического вида электронного делового письма и прагматических интенций адресанта модальность может быть положительной (оценочный оператор «хорошо») и отрицательной (оценочный оператор «плохо»).

Обратимся к примерам:

Dear Mr. X,

I received with great pleasure your E-mail of December 14 and I want to thank you indeed for the confidence placed in our Company during these years.

I assure you, as always happened, our absolute obligation to reach, with harmonic collaboration, the scope you have already fixed.

My best wishes to you and your collaborators all for a good new year

Best regards,

X

(Milan - Italy)

Данное письмо-подтверждение о получении корреспонденции характеризуется положительной модальностью, что проявляется в использовании слов, характеризующихся оценочным оператором «хорошо»: *confidence*, *absolute*, *to reach*, эпитет *harmonic collaboration*. Интенсификатор *with great pleasure* выражает аффективность*, то есть высокую степень заинтересованности субъекта в предмете его оценки. Элемент персуазивности (конструкция с усилением вежливости) *thank you*

* В случае, когда высказывание характеризуется особой степенью заинтересованности субъекта в объекте действительности, оценку которого он производит, Е.М. Вольф выделяет аффективность оценки, которая реализуется при помощи слов-интенсификаторов. При этом происходит движение оценки по оценочной шкале: «хорошо, очень хорошо, чрезвычайно хорошо».[Вольф Е.М. 1985]

indeed звучит несколько эмоционально и призван подчеркнуть искреннюю благодарность за оказанное фирме доверие. Интересно также с прагматической точки зрения словосочетание *during these years*, которое является своего рода «информацией к размышлению». Оно включено автором письма в общую канву, но не исключает возможности привлечь внимание адресата, так как это словосочетание намеренно помещено в конец предложения, реализуя при этом потенциал выдвижения и имея цель заверить адресата в своей благонадежности, а также инспирировать его на дальнейшее сотрудничество. Парентетические конструкции *as always happened* и *with harmonic collaboration* служат для расширения смысла высказывания и позволяют более четко расставить акценты в плане коммуникативного намерения автора. Завершающая фраза *My best wishes to you and your collaborators all for a good new year* подчеркивает доброжелательность сообщения и направлена на то, чтобы вызвать положительные эмоции у адресата. Также можно предположить, что эпитет *good new year* косвенно является выражением надежды на взаимовыгодное сотрудничество в наступающем году. Таким образом, положительная модальность отдельных слов создает положительную модальность всему тексту сообщения.

Отрицательная модальность электронных деловых писем реализуется в словах, характеризующихся оценочным оператором «плохо»: *I have some difficulties especially with the very small labels; I can not guarantee that it will be satisfying; The machine is not yet in a condition; The small label shows the problem described above (Italy); Die Umsatzentwicklung dieses Jahres zeigt jedoch, dass wir noch weit von diesem Ziel entfernt sind. Zusätzlich fehlt aus meiner Sicht die Perspektive, wie sich dies in den nächsten Jahren entscheiden verändern kann; Zu diesem Schwerpunkt wurde ein gesondertes Protokoll erstellt (Deutschland); It is hot in Zhengzhou these days which postpones our work; But now you may know that all the prices of material are going up in China. (China)* и т.д.

Однако, принимая во внимание тот факт, что адресант в большинстве случаев преследует коммуникативную цель «установить или продлить контакт», при составлении писем с отрицательной модальностью необходимо использовать особую тактику подачи сообщения. Например, использование отрицательного местоимения *no* или наречия *hardly* вместо отрицательной частицы *not* делает отказ менее категоричным: *It's no longer possible to find remedy until I test the machine with the labels (Italy); Considering your question of price decrease for the whole paper offer, I unfortunately have to confirm you that this will*

hardly be possible (France). Этой же прагматической цели служат и так называемые риверсивные слова, которые в зависимости от интенций адресанта призваны либо смягчить подачу негативного сообщения, либо изменить негативный тон на более позитивный: *We fully understand that all this bad management may have triggered many inconveniences on your side and we deeply apologize for that as the goal of this change was not only cost-oriented but also a way to improve our service. However I am deeply convinced you can take benefit from this new logistical solution and that it is a great way to increase the cooperation. (France)* В данном примере автор, угадывая возможность конфликтной ситуации со своими партнерами по бизнесу, использует тактику, направленную на ее устранение, а именно принесение извинений: *we deeply apologize*, заверение в своей надежности: *to improve our service*, а также косвенное заверение в благополучном разрешении ситуации и инициирование на дальнейшее сотрудничество, чему способствуют выразительные средства: метафора *take benefit, to increase the cooperation*, эпитеты *logistical solution, great way*. Интенсификатор *deeply* в обоих случаях (*deeply apologize, deeply convinced*) звучит довольно эмоционально и свидетельствует о том, что автор глубоко проникся проблемами адресата.

Говоря о выразительных и стилистических средствах, интересно отметить, что в электронной деловой корреспонденции это отнюдь не редкое явление. Анализ фактического материала это подтверждает и показывает, что использование метафор, эпитетов, вставных конструкций, параллелизма и т.д. предопределено прагматическими установками коммуникантов, т.к. повышают силу воздействия сообщения: *I am sorry that we again seem to move one step backwards rather than forwards in tackling the problem... (Italy); As partner we know that our growth is linked to yours. (France); ...damit die Voraussetzung für einen Durchbruch zu schaffen. (Deutschland); Please believe us, we are working with our best spirit of collaboration (Italy); Our factory has the unique technics. (China)*.

Довольно часто для смягчения восприятия негативного сообщения автор помещает в свое письмо информацию «отвлекающего характера», придавая ему оттенок смешанной модальности: *Wir hatten abschließend die Gelegenheit, ein Kinderheim in Belgorod, welches von BAZ stark unterstützt wird, zu besuchen. Dieser Besuch war sehr beeindruckend und regte dazu an, dass X sich der Unterstützung der Kinder dieses Weisenhauses anschließen... (Deutschland); We wanted to thank you for the hospitality you and your team offered during our visit. We could not have asked for bet-*

ter cooperation. All of us were very impressed with the quality of your people and how much you have achieved with minimal assistance from outside your company. We especially appreciated your team giving up their own time on Sunday to show us the area and treat us to an excellent barbeque. Оба примера являются завершающими репликами и направлены на нейтрализацию предшествующего негативного тона сообщения (невыполнение условий контракта, задержка платежа). Во втором примере это достигается путем неформального стиля общения (*your team, your people*, эпитет *excellent barbeque*), употребления сравнительной степени прилагательного, призванного выразить позитивную оценку (*better cooperation*) и интенсификаторов (*very impressed, how much you have achieved, especially appreciated*).

Говоря о лингвопрагматических особенностях электронной коммерческой корреспонденции, следует отметить тот факт, что авторы сетевых писем в целях экономии языковых средств и передачи более четкой информации прибегают к реализации так называемого KISS-принципа (Keep It Short and Simple- придерживайтесь краткости и простоты) с использованием терминов, эллиптических конструкций и сокращений, что позволяет приблизить письменную речь к устной и добиться интерактивности общения: *BAZ hat bereits damit begonnen, die Serien KK711X, KK511X, KK524X und CK721X anzubieten. (Deutschland)*; *Gedacht ist an eine Übergabe der Aufträge an Fa. Starke (Deutschland)*; *We are extremely sorry about yr comments concerning our collaboration (Italy)*; *Concerning the additions to the contract we have immy replied by fax. (Italy)*; *May be better to send it again by DHL air courier. (France)*

Свойственное электронной переписке использование ссылок и прикрепленных файлов, в которых помещена наиболее информативная часть письма, также имеет прагматическую направленность, так как имеет цель привлечь особое внимание адресата и активизировать его интерпретирующую деятельность: *Please find enclosed the different transport costs scenarios. (See attached file: TRANSPORT COSTS SCENARIOS.xls.pdf) (France)*

С прагматической точки зрения также интересно частое употребление в электронной деловой корреспонденции сослагательного наклонения. С одной стороны, это объясняется рамками делового этикета с присущими ему формулами вежливости, шаблонностью и официальнойностью, а с другой- прагматическими установками участников коммуникации, рассчитывая при этом на определенную реакцию адресата: *Zur Erreichung dieses Ziels kunnte wir folgende Unterstützung geben... (Deutschland)* (автор выражает проявление заботы и ненавязчиво под-

водит адресата к тому, чтобы он воспользовался услугами их фирмы); *We would like to organize our yearly meeting in Belgorod so as to discuss all ongoing questions. (France)* (автор неназойливо стремится к тому, чтобы адресат проникся его нуждами); *Would it be possible for you to buy the labels as shown on the attached picture? (Germany)* (вопрос-предложение выполняет побудительную функцию); *I would appreciate if we could somehow find an agreement on this tricky situation (Germany)* (двойное употребление сослагательного наклонения выражает модальность побуждения и личную заинтересованность адресанта в решении возникших сложностей); *Auch wäre es aus meiner Sicht notwendig, dass Sie einen festen Mitarbeiter benennen... (Deutschland)* (смягчает категоричность просьбы).

Таким образом, мы приходим к выводу, что при составлении электронных деловых писем автор производит осознанный отбор языковых и речевых средств (грамматических, лексических и стилистических), продиктованный его собственными прагматическими установками. Строя свои высказывания, автор рассчитывает на определенную реакцию со стороны реципиента, организуя при этом свое сообщение так, чтобы реакция реципиента была той, которую запрограммировал адресант.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки.- М.:Наука,1985.- 228 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования.- М.:Наука,1981. - 139 с.
3. Москальская О.И. Грамматика текста. - М.: Высшая школа,1981.-183 с.
4. Лазарева А.В. Реализация модальности в современной коммерческой корреспонденции на примере негативных сообщений//Филологические науки в МГИМО: Сб. научных трудов № 13(28). - М.: МГИМО,2003. - С.89-101.

I. Chekulay, A. Vorobyova LINGUO-PRAGMATIC PECULIARITIES OF THE ELECTRONIC BUSINESS LETTERS

Abstract. Alongside with the research in the main denotative characteristic features of electronic business letters, the article deals with the problem of the connotative peculiarities of such texts. They create the pragmatic peculiarity of the given texts, as well as they inspire some additional, implied sense hidden in the informative characteristic features of electronic business letters in English and German.

Key words: denotative characteristics, electronic business letters, connotative peculiarities, implied sense.