

К ВОПРОСУ О ТОНАЛЬНОСТИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ТЕКСТА

Сыпалова Наталья Олеговна

старший преподаватель, Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова
syralova@mail.ru

ON THE TEXT TONALITY OF OFFICIAL BUSINESS TEXT

N. Syralova

Summary: The article covers the text tonality in relation to content of some German commercial letters as an example of an official business text. The text tonality (subjective modality) is a text category that expresses the author's subjective attitude in this case, the one in relation to the content and the recipient of letters. The article examines and analyses the language means that implement the tonal structure, it identifies direct and indirect forms of the imperative mood, grammatical, lexical, and stylistic means, psychological and rhetorical techniques, compositional techniques related to expressivity. It exemplifies situational phrases and expressions that increase the effectiveness of communication.

Keywords: tonality, official business text, commercial letter, speech act, compositional and spoken form.

Аннотация: Статья посвящена изучению тонального содержания некоторых типов немецких коммерческих писем как одного из видов официально-делового текста. Тональность (субъективная модальность) – текстовая категория, в которой находит выражение субъективное отношение автора, в данном случае, к содержанию и адресату писем. В статье рассматриваются языковые средства, реализующие тональное построение, выделяются прямые и косвенные формы повелительного наклонения, грамматические, лексические и стилистические средства, психологические и риторические приемы, композиционные приемы экспрессивности, раскрываются особенности ситуативных фраз и выражений, повышающих эффективность общения.

Ключевые слова: тональность, официально-деловой текст, коммерческое письмо, речевой акт, композиционно-речевая форма.

В настоящее время значительное развитие получили исследования, посвященные изучению не только строя языка, но и его использования в речевой деятельности, функционирования в разных сферах общения. Такие исследования отличаются интересом к языковой личности, вниманием к процессам восприятия, интерпретации и понимания текста, а также общей направленностью на эффективность речи. Объектом рассмотрения в настоящей статье являются экспрессивные средства языка, создающие в коммерческом письме специфическую атмосферу высказывания, заключающуюся в способности этого высказывания воздействовать на адресата, т.е. речь идет о тональности (субъективной или текстовой модальности) текста [7, с. 549; 2, с. 86; 1, с. 35–36]. Материалом для наблюдения послужили коммерческие письма, т.е. письма, связанные с решением различных вопросов покупки и продажи, сбыта и снабжения, с невыполнением и нарушением условий отношений одной из сторон.

На формирование текста коммерческого письма как одного из жанров официально-делового стиля оказывают воздействие следующие экстралингвистические факторы: сфера деятельности, цель коммуникации (информирование адресата и оказание на него информированного воздействия), коммуникативная ситуация и предмет коммуникации. Основными компонентами коммуникативной ситуации являются адресант (представитель определенной организации) и адресат (конкретное лицо, обозначенное в тексте в виде обращения). Пред-

метом коммуникации является содержание коммерческих писем, которые носят разный характер в зависимости от типа письма.

Сфера деятельности коммуникантов, включающая официально-деловые отношения, влияет на формирование текстов коммерческих писем через такие признаки, как официальность, формализованность, краткость / плотность информации, регулятивность. Набор данных функционально-коммуникативных признаков составляет общую тональность коммерческого письма, возникающую на основе тональностей композиционно-речевых форм и стилистических средств языка. Существенную роль в выражении субъективного отношения к содержанию или адресату играют характер коммуникации и связи, существующие между коммуникантами. Типовые признаки включают информацию об интенциях отправителя и рассчитаны на определенную реакцию адресата.

Наиболее интересны письма, текст в которых представляет собой не единичный речевой акт (однофразовое высказывание), а является сложным образованием с разноплановыми целями. В этом случае на первый план выступает композиционно-речевая форма, влияющая на общую тональность текста, например:

Sehr geehrter Herr Paulsen,

am 23.03.2006 haben Sie unseren Auftrag schriftlich bestätigt und die Lieferung der 5 Kartons Spätzle für den 05.04.2006 zugesichert.

Wir haben Ihnen schriftlich am 11.04.2006 eine Nachfrist zur Lieferung bis zum 20.04.2006 gesetzt. Die Ware ist bis heute nicht bei uns eingetroffen.

Da uns wegen des Lieferverzugs erhebliche Nachteile entstanden sind, treten wir von unserer Bestellung zurück.

Mit freundlichen Grüßen [8, с.282].

Композиционно-речевая организация предметно-логического содержания письма в главной части определяется функционально-композиционным признаком — плотностью информации. Композиционно-речевая форма представляет собой краткое констатирующее сообщение, основным структурным элементом которого является временная последовательность, которая четко прослеживается благодаря соответствующим обстоятельствам. Средства поля темпоральности выделяют части текста, подчеркивают очередность фактов, которые приводят к решению отказаться от заказанного товара.

Последовательно-перечислительная логическая связь выражается в тексте названием действий по обмену информацией, производимых коммуникантами в определенные периоды их сотрудничества. Элементами краткого сообщения являются преимущественно простые небольшого объема предложения, раскрывающие объективную очередность причин, которые приводят к прекращению коммерческой сделки. Высказывания следуют одно за другим, предложения сцепляются друг с другом, создается эффект перечисления мыслей, коммуникативная нагрузка каждого предложения повышается. Связь между частями высказывания поддерживается смыслом входящих в его состав предложений, динамикой ситуации. Синтаксическая однотипность создает параллелизм, усиливающий коммуникативную и экспрессивную значимость высказывания.

Композиционно-речевая форма «констатация» формирует содержание очевидности существования фактов, повлекших негативные последствия. Заключительная фраза письма выражает коммуникативное волеизъявление адресанта. Текст письма, основная часть которого представляет собой констатацию с экспрессивным дополнением, характеризуется сдержанностью. Отсутствие в данном случае вежливых форм является намеренным речевым действием. Заметим, однако, что единая формула прощания, приемлемая для любого типа коммерческого письма, поддерживает атмосферу вежливости и в известной степени сглаживает конфликт.

Особый интерес для настоящего исследования представляют коммерческие письма с выраженной иллюкутивной силой высказывания, включающие в себя речевые акты, для которых воздействие на партнера является ведущей характеристикой. Рассмотрим подроб-

нее директивные действия, представленные в коммерческой переписке. Приведем в качестве примера текст письма-предупреждения:

Sehr geehrte Frau Schliefen,

das Trekkingrad «Stadt & Land» haben Sie am 29.12.2005 von uns pünktlich erhalten. In den vergangenen Monaten haben wir Sie bereits mehrfach an die Begleichung der Rechnung vom 30.12.2005 erinnert, die bis zum 15.01.2006 zahlbar war. Seither befinden Sie sich in Zahlungsverzug.

Sie werden verstehen, dass auch unsere Geduld einmal am Ende ist. Sollte der Betrag von 598,00 EUR inkl. MwSt. nicht bis zum 24.04.2006 bei uns eintreffen, werden wir den Rechtsweg gehen.

Mit freundlichen Grüßen [8, с.295]

Коммуникативная цель предупреждения – изменить поведение партнера, для того чтобы избежать негативных последствий. Письмо о необходимости погасить задолженность по оплате товара имеет особый склад тональности с доминированием волеизъявительного компонента. Степень категоричности адресанта, мера психологического давления отправителя речи на адресата здесь весьма значительна. Текст письма категоричен и в то же время эмоционален, что вполне естественно, поскольку несоблюдение постулатов делового общения всегда вызывает неодобрение партнеров. Существенность предупреждения подчеркивается в заключительном фрагменте письма эмотивным высказыванием «auch unsere Geduld ist einmal am Ende» («и нашему терпению приходит конец»). Адресант в конце письма в целях усиления воздействия на адресата использует угрозу – средство мотивации, которое способствует росту директивной иллюкутивной силы высказывания. В случае неисполнения требования, за которым следует угроза, отправитель речи оставляет за собой право применения определенных санкций.

Среди коммерческих писем встречаются тексты, в которых свободно сочетаются различные способы подачи информации, нетипичные для официально-делового стиля языковые и речевые средства, определяющие характер изложения, строй и тон речи, ее стилевые качества. Ср.:

Sehr geehrter Herr Kaiser,

wir haben Ihnen unsere Bürostühle «Komfort» gerne geliefert, weil wir sicher sind, dass ihre Mitarbeiter darauf gut sitzen und deshalb zufrieden sein werden.

Ebenso gerne würden wir nun die Begleichung der noch offenen Rechnung vom 09.01.2006 über 1385,00 EUR inkl. MwSt. sehen. Dürfen wir Sie freundlich daran erinnern? Oder sind Sie vielleicht mit der gelieferten Ware unzufrieden? Dann

ist unsere Frau Martin (Tel. -319) gerne zu einem Gespräch mit Ihnen bereit.

Mit freundlichen Grüßen [8, с. 294].

Здесь предметом коммуникации является несвоевременная оплата покупателем поставленного товара. Коммуникативная цель – оказание на потребителя необходимого воздействия с целью погашения платежа. Таким образом, и в данном случае ведущей тональностью является волеизъявление адресанта. Отметим, что иллокутивная цель не находит прямого отражения в языковой структуре рассматриваемого текста. Для выражения побудительности здесь используются предложения без побудительных форм – повествовательные и вопросительные. Например, в самом начале текста письма адресант использует риторический прием намека: поставщик намекает на высокое качество офисной мебели, он абсолютно уверен в том, что потребитель не должен иметь никаких претензий к изготовителю, никаких оснований для задержки платежа нет. Указанный риторический прием в известной мере является средством психологического давления на адресата, а характерная для высказывания уверенность подготавливает партнера по коммуникации к действию.

Заданная в первом фрагменте письма тональность поддерживается далее в тексте грамматическими средствами: в первую очередь кондиционалисом, для которого, как известно, характерен оттенок будущего времени. Высказывание с кондиционалисом можно истолковать как скрытую форму побуждения, связанную с семантической сферой желания. Модальный оттенок желательности усиливается в данном случае наречием «gerne» («охотно», «с удовольствием»).

Вопросительные предложения в конце письма представляют собой косвенные речевые акты, которые также следует рассматривать как средство воздействия на адресата, «вопрос является своего рода просьбой, а именно – просьбой сообщить что-то, дать необходимые сведения» [3, с. 351]. Наиболее заметно это значение выступает в предложении «Oder sind Sie vielleicht mit der gelieferten Ware unzufrieden?» («Или может быть Вы не довольны поставленным товаром?»). Таким образом, в вопросе-предположении присутствует императивное начало и побуждение к действию приобретает модальный оттенок желательности. Заключительная фраза письма с

указанием официального лица, в компетенцию которого входит решение возникших проблем, свидетельствует о том, что адресант рассчитывает на ответную реакцию. Вместе с тем очевидно, что вопросительная форма смягчает категоричность высказывания. Однако, как справедливо замечает В.И. Карасик, «суть дела от этого не меняется: назначение этих речевых актов – добиться выполнения желаемого положения дел. Не категоричность – это способ облегчения коммуникации, этикетная характеристика действия, которое должно достичь цели оптимальным способом» [4, с. 52].

В тексте письма используется также психологический прием, предназначенный для воздействия на адресата. Это беневоленция – вежливость, прикрывающая раздражение [6, с. 129], вызванное в данном случае выходящей за рамки привычных стереотипов поведения несвоевременностью оплаты поставленного товара. В этом отношении показателен подчеркнутый вежливый вопрос «Dürfen wir Sie freundlich daran erinnern?» («Вы разрешите нам любезно напомнить Вам об этом?»).

К стилистическим приемам создания контекста можно отнести иронию. Ироническое отношение предполагает превосходство адресанта над адресатом и реализуется в тексте с помощью остроумия, контраста (лексемы «zufrieden» – «unzufrieden» в разных частях письма), соединения различных речевых стилей (обиходно-разговорного и официально-делового). Приведенный текст письма полностью подтверждает точку зрения Т.В. Матвеевой, согласно которой «официально-деловой стиль не противопоставлен всем другим: и ему не чужды психологические краски, выраженная тональность» [5, с. 72]. К сказанному следует добавить, что для правильной интерпретации текста с преобладанием косвенного, непрямого информирования, особенно важно прагматическое понимание речевой ситуации, намерения адресанта, личности коммуникантов, их отношения друг к другу.

Проанализированный материал дает представление о типовом тональном содержании коммерческих писем, которое создается различными грамматическими, лексическими и стилистическими средствами, в том числе прямыми и косвенными формами повелительного наклонения, психологическими и риторическими приемами, композиционными приемами экспрессивности. Перечисленные средства составляют ведущую тональность коммерческих писем – тональность волеизъявления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гетьман З.А., Архипович Т.П. Модальность как общетекстовая категория // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. № 2. С. 34–48.
2. Добросклонская Т.Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 2. С. 85–94.

3. Есперсен О. Философия грамматики. М.: Изд-во иностранной литературы, 1958. 404 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
5. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк. Свердловск: Издательство Уральского университета, 1990. 172 с.
6. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации. Виды, стили и тактики речевого общения. Кн. 1: Общие вопросы. М.: ЛЕНАНД, 2024. 232 с.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. 696 с.
8. Duden. Briefe gut und richtig schreiben! Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 2006. 955 S.

© Сыпалова Наталья Олеговна (syralova@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»