

На правах рукописи

ЭЛЬ-АМАРИ Ольга Николаевна

**ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО КАК ЖАНР СОВРЕМЕННОЙ
ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Нижний Новгород – 2018

Работа выполнена на кафедре русского языка Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д Ушинского»

Научный руководитель:

доктор филологических наук, профессор Лагузова Евгения Николаевна

Официальные оппоненты:

Леденёва Валентина Васильевна, доктор филологических наук, профессор, Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Московский государственный областной университет», кафедра современного русского языка, профессор;

Беглова Елена Ивановна, доктор филологических наук, доцент, Федеральное государственное казённое образовательное учреждение высшего образования «Нижегородская академия Министерства внутренних дел Российской Федерации», кафедра иностранного языка и культуры речи, профессор

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

Защита состоится «___» _____ в ____ ч. на заседании диссертационного совета Д 999.061.03 на базе ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева» по адресу: 603000, г. Нижний Новгород, ул. Б. Покровская, 37.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ННГУ и на официальном сайте <http://diss.unn.ru>

Ссылка на материалы по защите диссертации: <https://diss.unn.ru/810>

Автореферат разослан «___» _____ 2018 года

Учёный секретарь
диссертационного совета

Юхнова Ирина Сергеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Русский язык делового общения в последние два десятилетия стал приобретать новый статус – статус главного инструмента коммуникации между различными сообществами и даже в межличностной коммуникации. Это произошло в результате «тотализации» культуры общения в разных сферах на основе деловых, партнёрских отношений, согласованности в коммуникативной деятельности. Деловой язык занял приоритетное место в построении универсальной лингвокультурной формы общения именно в силу распространения деятельности бизнес-сообщества, роста количества деловых контактов между юридическими и физическими лицами внутри отдельного государства и за его пределами. При этом деловое письмо во многих случаях заменяет непосредственное общение и выполняет основную роль в коммуникации взаимодействующих сторон. В такой ситуации исследовательский интерес лингвистов к самым разным аспектам делового языка письменной коммуникации, особенно функциональным, прагматическим, коммуникативным, является закономерным.

Настоящее диссертационное исследование посвящено анализу текста делового письма на русском языке как жанра деловой коммуникации.

Деловая переписка заняла важнейшее место в установлении и развитии бизнес-партнёрства, поскольку информационно-коммуникационный поток реализуется в большей своей части на расстоянии. Деловая переписка приобрела статус официальной системы выражения интересов этих лиц, закрепляющей разные виды правовых и человеческих отношений в письменной форме, что идентично документированию (т.е. записи «информации на различных носителях по установленным правилам» [ГОСТ Р 51141-98, с. 2]), и, соответственно, статус вида коммуникации как способа связи и передачи информации, связанной со служебной, коммерческой, общественной деятельностью.

Деловое, или служебное, письмо при этом выполняет функцию средства коммуникации, и его с полным основанием можно отнести к специфической форме официального документа, используемого организацией в управлении деловой практикой. Оборот деловых писем помогает решить многие проблемы бизнеса. Деловая переписка на русском языке претерпевает не только количественные, но и качественные изменения. В фокус деловых отношений попадают как национальные, так и межнациональные связи. Частые ситуации взаимодействия партнёров, представляющих различные деловые культуры, требуют корректного обмена сообщениями, подразумевающего компетентное владение языковыми нормами. Значимость знания русского языка делового письма увеличивается с расширением границ его функционирования. Автор делового письма на русском языке, независимо от того, является ли он носителем языка, прежде всего должен следовать культуре письменной речи, т.е. выражать свои идеи недвусмысленно, точно, доступно, логично, что, естественно, обеспечивается соответствием продуманности содержания речевого произведения и правильного выбора языковых средств для его оформления.

Этим определяется **актуальность** данного исследования.

Объектом исследования является текст делового письма как жанр письменной деловой коммуникации и как источник коммуникативных интенций инициатора деловой переписки. Деловое письмо определяется нами как многокомпонентное структурно-содержательное образование, которое создается на основе коммуникативной компетенции в письменной сфере и речевого поведения его автора. Последнее и даёт нам основания изучать не только продукт коммуникативной деятельности, но и речевые интенции его производителя, учитывая при этом антропоцентрическую

парадигму, выражающуюся в «субъективности в языке»¹. Согласно этой парадигме наше исследовательское внимание также направлено на личность (адресанта и адресата делового письма), которая входит в канву анализа текстообразующих элементов и которая в итоге коммуникативной деятельности создаёт языковой материал делового письма. Это, в частности, важно для понимания функционального пространства языковых средств в связи с развивающейся в XXI в. тенденцией русского языка делового стиля к большей эмоциональности.

Предмет исследования – единицы лексического, морфологического, синтаксического уровней, формирующие языковую структуру текста делового письма, их функциональное назначение, а также коммуникативные интенции, выраженные в содержательной основе текста.

Цель диссертационного исследования – системное описание текста современного делового письма в лингвостилистическом и коммуникативно-прагматическом аспектах.

Указанная цель обусловила постановку и решение следующих **задач**:

- 1) выявить жанровую, коммуникативно-функциональную природу делового письма;
- 2) проанализировать структурную организацию текста делового письма;
- 3) описать лексические и грамматические особенности текста делового письма, языковые стандарты;
- 4) раскрыть коммуникативные функции делового письма;
- 5) установить коммуникативные интенции, формирующие содержательную и языковую сторону делового письма;
- 6) уточнить типологию деловых писем на основе интенциональной организации текста;
- 7) выявить национальные языковые черты русского делового письма.

Теоретической базой диссертации послужили исследования отечественных и зарубежных учёных в следующих областях:

¹ Принцип антропоцентризма в лингвистике разрабатывает Ю.С. Степанов, развивая теорию Э. Бенвениста о языке и человеке, представленную как «субъективность в языке» [Степанов Ю.С. Язык и Метод. К современной философии языка. – М.: «Языки русской культуры», 1998. – С. 48-53].

- теория коммуникации, в том числе межкультурной коммуникации: Н.М. Боголюбова, Т.А. ван Дейк, И.Н. Горелов, Т.Г. Грушевицкая, М.С. Каган, Дж.М. Лэйхифф, М.А. Василик, В.Д. Попков, А.П. Садохин, А.В. Соколов, И.А. Стернин, Дж.М. Пенроуз, С.Г. Тер-Минасова и др.;

- деловая коммуникация: И.А. Бурова, Б. Гарнер, О.Я. Гойхман, В.С. Григорьева, М.Б. Жернакова, А.Б. Зверинцев, Б.З. Зельдович, О.С. Иссерс, М.М. Исупова, М.В. Колтунова, И.Н. Кузнецов, А.П. Панфилова и др.;

- теория речевых жанров: М.М. Бахтин, А. Вежбицка, В.Е. Гольдин, В.В. Дементьев, К.А. Долинин, М.Н. Кожина, И.С. Лобашевская, В.А. Салимовский, К.Ф. Седов и др.;

- лингвистика текста: Н.С. Валгина, В.И. Карасик, Ю.М. Лотман, Г.А. Золотова, В.В. Леденёва, А.Е. Супрун, Т. ван Дейк, А. Вежбицка, К. Гаузенблаз и др.;

- стилистика и культура речи: Е.И. Беглова, Н.М. Березина, М.П. Брандес, Н.С. Валгина, Л.А. Введенская, Б.Н. Головин, И.Б. Голуб, О.Н. Григорьева, Л.К. Граудина, М.Н. Кожина, А.В. Косивцова, О.Н. Лагута, В.В. Леденёва, В.П. Мурат, Г.П. Несговорова, О.А. Прохватилова, Л.В. Рахманин, О.Б. Сиротинина, Г.Я. Солганик, Е.П. Ращевская, Д.Э. Розенталь, С.Ю. Федюрко, Н.И. Формановская и др.;

- лингвокультурология: Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Ю.Е. Прохоров, Ю.С. Степанов и др.;

- прагматическая лингвистика: М.Н. Вятютнев, М.Я. Гловинская, И.В. Драбкина, Е.В. Падучева, Дж. Сёрль, Н.А. Слюсарева, И.П. Сусов, Ю.М. Дёмин, Л.Р. Дускаева, М.В. Кирсанова, С.П. Кушнерук, Т.М. Лагутина, А.С. Матвеева, Е.Н. Роготнева, Л.П. Щуко и др.

Материалом для исследования послужили деловые письма на русском языке в количестве 800 документов за период с 2009 по 2016 гг. В некоторых случаях для актуализации важных характерологических

параметров приводятся письма, датированные более ранним периодом. Письма были предоставлены сотрудниками различных компаний в России и Тунисе с разрешения их руководителей и с условием изучения их только с языковой точки зрения, а не фактической. Выборка писем не была односторонне целенаправленной. В общий корпус анализируемых писем включались все предлагаемые в наше распоряжение источники. Временной срез (именно с 2009 года) явился, с одной стороны, случайным, в большей степени определённым количественным параметром, с другой стороны, показательным, т.к. первое десятилетие XXI в. стало временной фазой, уже в достаточной степени оказавшей дальнейшее влияние на качественные показатели в языковых явлениях. Некоторые примеры официальных и полуофициальных писем брались нами из учебного пособия М.В. Кирсановой, Н.Н. Анодиной, Ю.М. Аксёнова «Деловая переписка» [Кирсанова, Анодина, Аксёнов, 2006] и интернет-ресурсов [<http://www.delopis.ru/>, <https://www.sekretariat.ru> и др.] как идеально составленные с точки зрения жанровой и грамматической оформленности.

Методы исследования. Основными методами исследовательского материала являются описательный, логико-аналитический, лингвостилистический, которые опираются на сравнительный анализ и коммуникативно-прагматический подход, ведущий к интенциональному анализу текста с учётом фактора автора.

Гипотеза работы состоит в следующем: деловое письмо – уникальный жанр письменной коммуникации со специфическими лингвистическими и коммуникативными характеристиками, анализ которых может быть использован для оптимизации языковой организации текста делового письма и типологизации деловых писем в зависимости от коммуникативных установок автора письма.

Новизна работы заключается в том, что деловое письмо рассматривается как средство деловой коммуникации во всём его

коммуникативном и лингвостилистическом разнообразии, с точки зрения иерархии коммуникативных интенций и национальной специфики языковых стандартов. Деловое письмо исследуется в связи с интенциональностью, что предполагает учёт фактора автора, языковой личности, даже имплицитно репрезентирующей интенцию. При этом вырабатывается методика установления интенциональной категории.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в комплексном подходе к тексту современного делового письма как жанру письменной коммуникации и лингвистической единице, который позволяет выделить и проанализировать 1) языковые средства в связи с их функциональностью и 2) коммуникативные интенции автора письма с целью их упорядочения для типологизации деловых писем.

Практическая значимость работы заключается в организации языкового материала как результата лингвистического и интенционального анализа текстов деловых писем XXI века, которая имеет в конечном счёте свою предназначенность для ведения русской деловой письменной коммуникации её участниками в современных условиях развития бизнес-отношений, для адаптации языковых стандартов к конкретным деловым ситуациям и коммуникативным установкам, для использования при разработке учебных пособий по деловой переписке.

На защиту выносятся следующие **основные положения**:

1. Деловое письмо на русском языке – многоплановое жанровое, текстовое образование, включающее в себя целостную интерпретацию стереотипа письменной коммуникации и обнаруживающее себя в языковых стандартах и проявлениях речевых норм поведения представителя официально-деловой сферы общения.

2. Функции и цели деловой коммуникации определяют жанровую природу делового письма и задают ориентиры структурной и содержательной основы его текста. Композиционная структура письма

подчиняется общим законам выстраивания функциональных отношений между её тематическими компонентами и формирует содержательную структуру, соотносящуюся с интенциональной организацией текста как коммуникативного произведения и развёртывающуюся в языковом плане.

3. Стандартизованные языковые единицы (устойчивые выражения, лексически ограниченные сочетания, морфологические показатели официально-делового стиля, определённый порядок слов в предложении, вводные конструкции, субстантивные обороты и др.) составляют специфику делового письма как особого жанра коммуникации на русском языке.

4. Языковая организация делового письма определяется коммуникативными интенциями участников общения и обуславливает контактоустанавливающую, информационную, побудительную, воздействующую, манипулятивную, регулирующую, экспрессивную, социально-культурную, интерпретативную, конфронтативную, подтвердительную, идентифицирующую функции делового письма.

5. Вычленение коммуникативных интенций, установление их иерархии в тексте, способствует, во-первых, пониманию принципов и самого процесса выбора языковых средств для достижения коммуникативной цели, во-вторых, объединению их в классы для типологизации деловых писем, в-третьих, соотношению их со спецификой выражения в связи с национальным языковым сознанием автора письма.

6. Национальное своеобразие русского делового письма (в сравнении с тунисским) проявляется в иерархии коммуникативных интенций и их языковом воплощении: в объективности и логичности изложения, в отсутствии эмоциональности, в использовании определенных этикетных формул, обращений и других стандартизованных языковых элементов.

Апробация работы. Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры русского языка Ярославского государственного

университета им. К.Д. Ушинского, были представлены на международных научных и научно-практических конференциях в Ярославле (2014, 2015, 2016), Седльце (Польша, 2014, 2016), Сфаксе (Тунисская Республика, 2016), Тунисе (Тунисская Республика, 2017).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, содержит библиографический список, список словарей и источников, приложение. В приложении представлены деловые письма разных типов, подтверждающие многоплановость служебного письма как жанра официально-делового стиля.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность темы и новизна диссертационной работы, определены объект и предмет исследования, цель и задачи работы, выдвинута гипотеза, представлены основные положения, выносимые на защиту, отмечены теоретическая и практическая значимость работы, описаны материал и методы научного исследования.

В **первой главе «Письменная деловая коммуникация в современном русском языке»** раскрывается теоретическая база диссертационного исследования. Представлена интерпретация основных понятий, которые непосредственно связаны с темой работы: *коммуникация, деловая коммуникация, деловая переписка, деловое письмо, жанр письменной деловой коммуникации.*

В **разделе 1.1 «Сущность коммуникации»** раскрываются объём и содержание научного понятия *коммуникация*, в итоге определяемого нами как процесс, который обращён от одного лица к другому/другим посредством коммуникативного высказывания.

В **разделе 1.2 «Деловая коммуникация: аспекты содержания и функционирования»** анализируются понятие деловой коммуникации.

В работе *деловая коммуникация* определяется как комплексный процесс реализации конкретных бизнес-отношений между реальными или потенциальными партнёрами с помощью коммуникативных средств, в первую очередь, языка.

Опираясь на работы по теории коммуникации и фактический материал, мы выделяем такие аспекты деловой коммуникации: содержательный, функциональный, целевой, ролевой, инструментальный.

Особое внимание в настоящей работе уделяется функциям письменной деловой коммуникации. К ним относятся: 1) фатическая, или контактоустанавливающая; 2) информационная: отправление и получение сообщений; 3) побудительная, или стимулирующая: побуждение к деловой активности для организации совместной деятельности; 4) воздействующая: акт воздействия на поведение и деятельность партнёра; 5) регулирующая: прагматическое управление взаимодействием между партнерами; 6) манипулятивная: прибегание к языковым манипуляциям; 7). экспрессивная: выражение своих, возбуждение чужих эмоциональных состояний; 8) социально-культурная: формирование взаимных отношений между партнёрами как представителями определённых лингвокультурных социумов; 9) интерпретативная: интерпретация информации с определённых позиций с целью понимания партнёра и его ситуации; 10) конфронтативная: противостояние партнёру, защита своей позиции; 11) подтвердительная: служит для фиксирования и обоснования в деловых письмах изложенных в устной форме деталей деловой деятельности; 12) идентифицирующая: отождествление личности коммуниканта с профессиональной принадлежностью, социальным статусом, лингвокультурной уникальностью.

Реальная коммуникативная обстановка деловой коммуникации, в которой задействуется большой ряд функций, характеризуется выраженным ролевым аспектом, когда адресант и адресат становятся

субъектами, формирующими программу деловой коммуникативной деятельности. В связи со средствами и способами передачи информации, обмена ею в работе рассматривается инструментальный аспект. Целевой аспект конкретизирует основную и маргинальные цели коммуникации, в связи с чем признаётся, что текст письма строится на основе иерархии целей сообщения, и его структура зависит прежде всего от преобладающей цели. Аспектуализация деловой коммуникации помогает определить деловую переписку как разновидность письменной деловой коммуникации, а именно коммуникационный процесс, который по причине своей функциональной роли представляет собой способ коммуникативного взаимодействия в письменной форме. Средством (орудием, инструментом) этого коммуникативного взаимодействия в результате выступает деловое письмо.

В разделе 1.3 «Деловая переписка как способ организации взаимодействия коммуникантов и её функциональная природа» выделяются и описываются специфические черты и компоненты, которые, с одной стороны, обеспечивают эффективную письменную деловую коммуникацию в сфере бизнеса, с другой – делают деловую переписку уникальной в отношении к другим формам и видам коммуникации. В результате проведённого анализа деловой переписки определяется её место в системе коммуникационных связей и предлагается характеристика делового письма в его жанровом оформлении на основе многоаспектности деловой коммуникации.

В разделе 1.4 «Жанровое своеобразие делового письма» установлены жанрообразующие признаки делового письма как особого типа коммуникации. Освещая специфику жанра делового письма, мы главным образом опираемся на теорию М.М. Бахтина² и тех учёных,

² Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // М.М. Бахтин. Эстетика словесного творчества / Сост. С.Г. Бочаров. – М.: Искусство, 1979. – С. 237-280.

которые в той или иной степени основывались на бахтинских положениях, если не исходили из них, и связывали между собой понятия *жанр* и *целый текст* (М.Ю. Федосюк, Т.В. Матвеева, А.Г. Баранов, К.А. Долинин и др.). Поэтому исходным определением жанра считаем такое: жанр, а именно речевой жанр, – это единица коммуникации, от однословной бытовой реплики до больших произведений науки и литературы, и одновременно стереотип речевого поведения. Соответственно, исходное определение для делового письма следующее: это речевой жанр, требующий в большей степени стандартной формы. Таким образом, в работе признаётся тот факт, что языковой аспект делового письма – это не что иное, как признаковость жанрового пространства текста. Комплексный подход к жанру ведёт к неизбежному рассмотрению не только языкового, но и коммуникативного аспекта делового письма. При этом в работе связывается наше понимание делового письма как звена в коммуникативном взаимодействии корреспондентов с концепцией Н.И. Формановской. Эта концепция строится на том, что в коммуникативных взаимодействиях «актуализируются интенциональные, социальные и другие сугубо коммуникативные смыслы»³. Лингвистический анализ языкового материала текстов деловых писем и осмысление их прагматической наполненности, как показывает исследование, формирует жанр делового письма. **Жанр**, следовательно, в работе толкуется как определённая, исторически сложившаяся форма структурно-содержательной, коммуникативной, языковой организации речевого произведения (текста).

Деловое письмо является средством коммуникации постольку, поскольку оно имеет статус текста, с одной стороны, а с другой стороны, коммуникативной единицы, требующей развития коммуникативного события. В этом видится признак диалогичности, поскольку автор письма,

³ Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М.: Русский язык, 2002. – С. 5.

излагая свою цель, как бы ведёт с адресатом диалог, в котором явно выражена коммуникативная позиция одного коммуниканта (адресанта), а ответная коммуникативная позиция является «мыслимой». При этом коммуникативный компонент делового письма включает, помимо коммуникантов и других составляющих коммуникативного акта, коммуникативные интенции инициатора письма.

Исходными положениями для установления жанрообразующих признаков делового письма в работе являются следующие:

1. Характер коммуникации в деловой переписке позволяет выявить такие признаки: степень официальности, тематическая определённости, соответствие критериям, по которым формируется данный вид письменноречевой коммуникации, а именно: дистантность, опосредованность, текстовость, монологичность, подразумеваемая диалогичность, межличностность (иногда массовость), официальность, стереотипность и некоторое творчество, кооперативность и конфронтативность (конфликтность), информативность и фатичность, актуальность информации, нарративность с коммуникативным режимом речи.

2. Характер речевой деятельности определяет подготовленность как признак и формирует лингвистические особенности языка делового письма.

3. Характер коммуникативного поведения автора делового письма придаёт этому жанру особые признаки в связи с 1) ориентацией на статус адресанта и адресата, 2) проявлением в ситуации условной коммуникации, 3) стандартизованностью организационной структуры текста письма (от кого — кому — по поводу чего), 4) выражением специфической интенциональности (точное представление интенций автора, однозначность, прибегание к эмпатическому коммуникативному акту, стратегия позитивного отношения к адресату, модифицирование содержательной структуры сообщения).

4. Лингвокультурологические характеристики устанавливают статус жанра делового письма как способа передачи национально-культурных реалий.

5. Характер композиционного построения делового письма делает этот жанр строгим и чётким, представляющим все необходимые для идентификации адресанта и адресата данные.

Раздел 1.5 «Классификация деловых писем как функционально-жанровых разновидностей в современном русском языке» посвящён анализу и обобщению традиционных подходов к классификации деловых писем в рамках документной лингвистики, делопроизводства и лингвистики, культуры речи.

Во второй главе **"Деловое письмо как особая форма деловой коммуникации на русском языке"** непосредственно анализируется деловое письмо с лингвистической и коммуникативной точки зрения.

В разделе **2.1 «Историческое развитие делового языка»** на примерах деловых бумаг показаны эволюционные процессы в становлении языковых норм и правил использования языковых средств в соответствии с их отнесённостью к функциональному стилю.

В разделе **2.2 «Структурная организация текста делового письма»** описание структуры текста письма связывается с функциональностью речевых действий коммуниканта, которые имеют языковое выражение в условно выделенных нами частях текстов писем : 1) формальной, 2) этикетно-формальной, 3) содержательной.

В разделе **2.3 «Языковые особенности официально-делового стиля»** лингвистические особенности языка делового письма рассматриваются в связи со стилевой доминантой, или коммуникативным качеством официально-делового стиля, — точностью, которая подчёркивается стандартизованностью. В работе обосновывается важность учёта других стилевых черт современных деловых писем —

доступности и некоторой выразительности, безличности изложения, адресованности, этикетности. Под языковой организацией делового письма в работе понимается упорядоченная группа языковых единиц как стандартизированных компонентов текста письма, коммуникативно ориентированная на адресата и отображающая связи и отношения между ними на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях.

В разделе 2.4 «Языковая организация делового письма» представляются разноуровневые языковые стандарты, актуальные для проанализированных деловых писем XXI века, показана преломляемость их языковых характеристик во всё большем «присутствии» в них языковой личности.

В разделах 2.4.1 «Лексические и фразеологические особенности делового письма», 2.4.2 «Морфологические характеристики делового письма», 2.4.3 «Синтаксические особенности делового письма» проводится конкретный языковой анализ. Его результаты представляются следующим образом.

Лексические стандарты реализуются в употреблении официальной лексики, лексических канцеляризмов, штампов (*исполнить, осуществить, реализовать, реализация, результат, надлежит, оказывать поддержку* (вместо *поддерживать*), *вышеназванный*); книжно-окрашенной лексики (*возложить, впоследствии, вышеназванный, потреблять, предварительно*), терминологической и специальной лексики: *контракт, договор, предложение, оферта*. Особое назначение, а именно идентификацию коммуникантов, имеет номенклатурная лексика разных типов: *господин, профессор* (с семой «лицо»), *гостиница, общество с ограниченной ответственностью (ООО)* (с семой «организация, учреждение»), *Деглет Нур* (номенклатура товара) и т.д. Стандартизированность чётко проявляется в лексической сочетаемости (*контроль – возлагается, договор – заключается; договор – на поставку*

оборудования; счет – выставляется, оплачивается; меры – принимаются, осуществляются; меры по эффективному управлению). Деловые письма отличаются в достижении особого эффекта воздействия употреблением в одном контексте производных слов: *Привлекая Вас к нашему проекту, мы готовы к определённым издержкам, поскольку уверены в том, что привлечение Вас к проекту будет взаимовыгодным*, – и лексических повторов: *Примите, пожалуйста, наши искренние извинения за задержку оплаты счёта... Еще раз приносим свои извинения*. В письмах присутствуют слова со значением интеллектуальной оценки: *одобрить, одобрение, улучшить, улучшение, ухудшить, ухудшение*.

Устойчивые обороты служат для достижения конкретных коммуникативных целей составителя письма: *Настоящим подтверждаем свое участие в выставке* (выражение **мотивации определенных действий**); *Мы будем рады получить от Вас ответ не позднее...* (**мотивация в убедительной и в то же время вежливой форме**); *Сообщаем Вам; Информлируем Вас о; Ставлю Вас в известность* (**ввод информации**); *Из-за задержки оплаты* (**причина**); *Для согласования спорных вопросов* (**цель**); *Ссылаясь на Ваше письмо от...*; *В продолжение нашего телефонного разговора* (**ссылка** на предшествующее событие); *По истечении срока; В противном случае мы вынуждены будем...* (**предупреждение**) и др. Устойчивые обороты также реализуют функционально-смысловую дифференциацию писем (сообщений, подтверждений, просьб, рекламаций, извинений, благодарностей, поздравлений, приглашений, соболезнований, предложений, отказов, напоминаний, гарантийных писем). Такие письма расцениваются как этикетные жанры и образуют особую систему в связи с лексическим подходом к их классификации. В них семантические компоненты, например, одобрение, сочувствие и т.д., объективируются в лексических единицах: *Мы поддерживаем Ваши начинания; Мы сочувствуем Вам* и т.д.

В ходе исследования были определены наиболее характерные **морфологические показатели** языка деловых писем. В письмах отмечается: а) преобладание форм родительного падежа: *Одной из основных задач Форума является создание площадки для диалога*; б) употребление глаголов в форме 1-го лица единственного и множественного числа, в форме 3-го лица единственного числа: *Просим сообщить о принятом вами решении* (употребление глагольной формы от имени юридического лица); *Признаю свои обвинения в адрес вашей компании несправедливыми и необоснованными, а также заявляю, что не имею никаких претензий к работе сервисной службы вашей компании* (прямое значение формы 1-го лица); в) употребление абстрактных, в основном отглагольных, существительных, что придаёт письму бóльшую официальность: *доставка, отмена, предложение, привлечение (инвестиций)*; г) употребление кратких прилагательных: *готов, должен, нужен, необходим*; д) употребление кратких страдательных причастий (*основан, создан, получен*); е) преобладание форм инфинитива над другими глагольными формами и др.

Синтаксис делового письма характеризуется строгим порядком слов в предложении. Это объясняется требованием логичного, последовательного, точного изложения мысли.

Традиционные черты русского делового письма: стандартизованность, объективность, безличный характер изложения – проявляются в употреблении составных предикатов. Предикаты в односоставных предложениях, представленные сочетанием глагола в форме страдательного залога или краткого страдательного причастия с инфинитивом, сосредоточивают внимание на конкретных действиях, которые необходимо выполнить: *Требуется изменить метод оплаты*; *В дальнейшем намечено расширить связи нашей компании* (ср. также: *намечается запустить, требуется отправить* и т.п.). Предикаты,

включающие глагол *следовать*, краткие прилагательные *должен*, *необходим*, причастие *обязан*, глагол *обязуется* в сочетании с инфинитивом, вносят в односоставное или двусоставное предложение модальное значение необходимости, долженствования: *Вам следует перевести сумму в течение 10 дней*; *Товар должен соответствовать ГОСТу*; *Поставщик обязан соблюдать условия...*; *ООО обязуется выплатить штраф...* и т.п. Использование составных предикатов позволяет избежать излишней категоричности, свойственной императивной форме глагола.

Употребление аналитической связки *считать* + прилагательное в творительном падеже в сочетании с инфинитивом (*считаем возможным, считаем целесообразным предложить вам...* и т.п.) побуждает адресата сообщить информацию, совершить действие вопреки своему первоначальному намерению.

Предикат, выраженный сочетанием краткого страдательного причастия *вынужден* с инфинитивом, обозначает действие, которое противоречит воле субъекта-адресанта и мотивируется сложившейся ситуацией: *Мы вынуждены повысить цены на некоторые группы товаров и в связи с повышением цен заводов-поставщиков* и т.п.

Аналитическое сочетание краткого прилагательного *рад*, связки *быть* и инфинитива выражает субъективно-модальную оценку ситуации, демонстрирует желание поддерживать деловые отношения с партнёрами (*Будем рады видеть Вас...; Будем рады рассмотреть Ваши предложения* и т.п.). Сочетание связки *быть* с кратким прилагательным используется как формула речевого этикета: *Мы были бы признательны, если бы Вы ответили на наш вопрос* и т.п.

В деловом письме, в соответствии с давно сложившейся традицией, употребляются описательные глагольно-именные обороты (ОГИО).

В письмах-благодарностях, письмах-извинениях ОГИО используются как этикетные формулы: *ООО выражает глубокую признательность и искреннюю благодарность ОАО за своевременную оплату поставок фиников; Мы приносим Вам свои извинения за вынужденный пересчёт заказов* и т.п. Уважительное отношение к деловым партнёрам способствует взаимопониманию, располагает к решению вопроса в пользу адресанта. В письмах, подтверждающих какие-либо условия, договорённости, в письмах-просьбах уместны ОГИО *выразить согласие, оказать содействие, оказать помощь; Настоящим выражаем согласие заключить договор; Просим Вас оказать содействие и помощь по данному вопросу* и т.п. ОГИО используются для сообщения а) о деятельности официальных организаций, б) о межличностных контактах: а) *...миллионы абонентов получили возможность пользоваться такими услугами...; Оплату гарантируем произвести в срок до...; ...ваше предприятие взяло на себя обязательства поставлять железобетонные изделия;* б) *...мне угрожали внести в мою трудовую книжку запись* и т.п.

В работе анализируются вводные конструкции и обращения, характерные для делового письма.

Объективность изложения в деловом письме обеспечивается односоставными определённо-личными, безличными предложениями, инфинитивными конструкциями, бисубстантивными предложениями (в терминологии Н.А. Герасименко), предложениями с однородными и обособленными членами, сложноподчинёнными предложениями с придаточными условиями.

В разделе 2.3.4 «Соотношение функций языковых средств и функций письменной коммуникации» были установлены соответствия между используемыми в письмах языковыми средствами и функциями письменной коммуникации и коммуникативными целями автора. Например, 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, манипулятивную, конфронтативную, подтвердительную 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. Спектр языкового выражения этой функции самый разнообразный: устойчивые обороты делового языка (*иметь репутацию*), специальная лексика (*бухгалтерский расчёт, хрупкий (материал), оформление (этикеток)*), особые морфологические формы (*крупнейшая (компания)*), строгий порядок слов, специальные синтаксические конструкции (например, восклицательные предложения), используемые для большей выразительности и, соответственно, убедительности. Выявлено, что в соотношении функций языковых средств и функций коммуникации обнаруживается связь между прагматикой языкового материала текста и прагматикой автора.

В разделе 2.5 «**Интенциональная организация деловых писем и их типология**» деловая переписка рассматривается как практика языкового выражения интенций. Под интенциональным анализом делового письма в исследовании понимается вычленение коммуникативных интенций, которыми руководствуется коммуникатор – субъект переписки, целенаправленно влияющий на партнёра по письменной коммуникации, избирая такое речевое поведение, чтобы получить нужную реакцию, тем самым опираясь на выбор слова, выражения, формулировки для корректного построения речевого высказывания.

В данной работе классификация деловых писем рассматривается как инструментарий управления речевыми действиями и речевым поведением

в процессе создания целенаправленного письменного сообщения, т.е. совокупность средств для удовлетворения коммуникативных потребностей в деловой письменной коммуникации. Исходным моментом для её построения явилась особая интерпретация самого понятия делового письма, воплощающего в себе: 1) коммуникативную цель с обуславливающим её набором коммуникативных интенций; 2) прагматические условия коммуникативного акта, сущность которых заключается в связи элементов «адресант – бизнес – ситуация – адресат»; 3) языковые средства и показатели речевого поведения, формирующие высказывание в его письменной реализации. Процедура идентификации интенций состоит из двух операциональных этапов: 1) изучение текста письма, его интенциональный анализ; 2) оценочная квалификация интенций. Типы писем имеют классообразующий признак – коммуникативную цель, которая возникает в определённой ситуации при потребности в письменном взаимодействии одного коммуниканта с другим или другими коммуникантами. Коммуникативная цель представлена как в отдельной коммуникативной интенции (а в тексте в отдельном высказывании), так и в коммуникативном акте в целом (т.е. в тексте письма). В результате анализа текстов писем было выявлено и описано 44 интенции, а также представлены примеры соответствующего им языкового материала. Интенции квалифицируются в зависимости от целевой направленности переписки, исходящей от субъекта письменной коммуникации (S1), на ситуации сторон-участников данной коммуникации: A1 – на ситуацию адресата как реального или потенциального субъекта письменной коммуникации (S2); A2 – на ситуацию реального взаимодействия адресанта с адресатом; A3 – на самоактуализацию адресанта.

В результате исследования определяются категории интенций в зависимости от объекта направленности: 1. Объекту направленности A1

соответствуют информативная, императивная, побудительная, интеррогативная категории интенций. 2. Объект направленности А2 вызывает контактивные категории интенций. 3. Объект А3 предполагает информативные интенции, экспрессивную (эмотивную) категорию интенций. Категориальность интенций определяет их функции в обобщенном виде: 1) информативные категории интенций функционально соотносятся с представлением о ситуации; 2) императивная категория связана с функцией управления, регулирования поведением и состоянием партнёра; 3) побудительная категория имеет своей целью побуждение партнёра к действию; 4) интеррогативная категория соответствует запросу информации; 5) контактивная категория определяет установление, поддержание, развитие отношений между сторонами коммуникации; 6) экспрессивная категория интенций служит для выражения внутреннего состояния партнёра. Категории коммуникативных интенций определяют классы интенций и, в обобщённом виде, классы, или типы деловых писем. Полный список интенций в соответствии с классами представлен в таблице:

Объект направленности интенции	Категории интенций	Класс интенций	Интенции
А1 и А3	Информативная	1. Информационный	Актуализация результатов Сообщение Подтверждение Изменение курса действий
		2. Аналитический	Анализ Возможности Самоанализ Обобщение
		3. Убедительный	Толкование ситуации
		4. Аргументативный	Доказательство (истинности) Опровержение (ложности) Обоснование (своих действий)
		5. Эвристический	Уточнение

			Предположение
		6. Оценочный	Идентификация Контроль Оценивание Сравнение Понимание
A1	Императивная	7. Императивный	Требование к действию
	Побудительная	8. Побудительный	Побуждение
	Интеррогативная	9. Интеррогативный	Запрос, вопрос
A2	Контактная	10. Контактный	Интерес Возврат к ситуации Сотрудничество Поддержка Десигнация Конфронтация Стремление Сосредоточение Передача ответственности Организация деятельности Поиск решения
A3	Экспрессивная	11. Экспрессивный	Помощь Предоставление самостоятельности Стремление Экспрессия Эмпатия Принятие мнения Предостережение Проницательность

Исходя из фактора целесообразности, мы объединяем интенции в классы по общим смысловым признакам, например, *изменение курса действий, мнения и принятие мнения*. Классификация интенций по существенным признакам является в настоящем исследовании основанием типологии деловых писем. Типология писем выстраивается в результате формирования классов интенций на основе языковой организации текстов отдельных писем: Тип 1. Информативные письма. Подтипы: 1.1. Информационный. 1.2. Аналитический. 1.3. Убедительный. 1.4. Аргументативный. 1.5. Эвристический. 1.6. Оценочный. Тип 2.

Императивные. Тип 3. Побудительные. Тип 4. Интеррогативные. Тип 5. Контактивные. Тип 6. Информативно-императивные. Тип 7. Информативно-побудительные. Тип 8. Информативно-интеррогативные. Тип 9. Информативно-контактивные. Тип 10. Экспрессивные (могут быть с любым набором интенций).

В разделе 2.6 «Национальный аспект русского делового письма» рассматривается национальная специфика русского делового письма. В результате комплексного анализа деловых писем, написанных на русском языке тунисскими авторами, выделены языковые стереотипы, которые являются маркерами национально-культурного сознания делового человека. Установлены лексические, морфологические, синтаксические особенности делового письма на русском языке: именной строй изложения, употребление девербативов, описательных глагольно-именных оборотов, субстантивных оборотов, безличных конструкций и др. Показана зависимость выбора языковых средств от интенциональных установок пишущего.

В заключении формулируются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшего исследования. В частности, считаем перспективным продолжение систематизации языковых единиц в связи с их отражением в коммуникативных интенциях, что позволит более полно представить языковой инструментарий для реализации широкого диапазона коммуникативных целей, которые ставит перед собой составитель делового письма.

Основные научные результаты диссертации отражены в следующих публикациях автора:

А. Публикации в научных изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Эль Амари О.Н. Коммуникативные функции деловых писем в современном русском языке // Социальные и гуманитарные знания. – 2016. – № 2. – Т. 2. – С. 148-153.

2. Эль Амари О.Н. Интенциональный подход к классификации деловых писем на русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. - № 12(54). Ч. I. – С. 213 - 216.

3. Эль-Амари О.Н. Национальный аспект русского делового письма // Культура и цивилизация. – 2017. – Том 7. - № 3 А. – С. 151-159.

4. Лагузова Е.Н., Эль-Амари О.Н. Составные предикаты в современном русском деловом письме // Верхневолжский филологический вестник. – 2017. - № 1 (0,4 п.л.).

Б. Публикации в других научных изданиях:

5. Эль-Амари О.Н. Из истории научного познания коммуникации // Социальное партнёрство: опыт, проблемы и перспективы развития: Доклады и тезисы по материалам Одиннадцатой международной научно-практической конференции 3 июня 2014. – Ярославль, 2014. – С. 292 - 296.

6. Эль-Амари О.Н. Формы речевого этикета в деловой переписке // Komunikacja w edukacji. Tom 3. Język w komunikacji. /Redakcja naukowa Elzbieta Jaszczyszyn Jolanta Szada-Borzyszkowska Marianna Styczynska. – Siedlce, 2015. – С. 127-136.

7. Эль-Амари О.Н. Национально-культурная специфика русской деловой письменной коммуникации // Язык, коммуникация, речевая культура: Материалы Международной научной конференции, посвящённой юбилею заведующей кафедрой теории и практики коммуникации ЯрГУ им. П.Г. Демидова Л.Г. Антоновой (17-19 декабря 2015 г.). – Ярославль: ЯрГУ им. П.Г. Демидова, 2015. – С. 65 - 70.

8. Эль-Амари О.Н. Культурный аспект деловой коммуникации // Organizacja pracy w instytucjach edukacyjnych: Monografia wieloautorska pod redakcją naukową Aldony Gradzkiej-Tys Ewy Jagietto Anny Klim-Klimaszewskiej. – Siedlce: АККА 2016. – С.9-11.

9. Эль-Амари О.Н. Деловая переписка как способ организации взаимодействия коммуникантов // Le russe langue étrangère dans les conditions socioculturelles contemporaines: Situation et perspectives 18-20 avril 2017.- Tunis, 2017– С.345 – 350.