

КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ В НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

Для цитирования: Григорьева Л. Н., Езан И. Е., Ковтунова Е. А. Категория вежливости в немецко- и русскоязычной деловой корреспонденции // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2023. Вып. 13. С. 119–140. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2023.106>

Вежливость как неотъемлемая часть любого общения выступает регулятором коммуникативного процесса в разных сферах человеческой деятельности. Особую значимость данная категория приобретает в официальной сфере общения, где она подчиняется определенным требованиям отбора языковых средств. Актуальным изучение функционирования категории вежливости в официально-деловом стиле представляется в контрастивном аспекте, когда сравниваются национально-культурные особенности реализации категории вежливости в разных странах. Поэтому новизна данной статьи заключается в сопоставительном рассмотрении некоторых видов деловых писем в немецком и русском языках и в изучении средств выражения категории вежливости в их отдельных рубриках. Данное исследование построено с учетом современных тенденций развития конвенциональных норм официально-делового общения, процессов их персонализации, демократизации, диалогизации и индивидуализации. В качестве материала используются учебные пособия по деловой корреспонденции, изданные в Германии и России. Помимо сопоставления в статье применяются такие методы исследования, как контекстуальный и семный анализ. При этом авторы впервые прибегают к методологии рубрикации деловых писем на коммуникативные блоки, выявляя в них вербальные средства выражения вежливости. В итоге удалось выявить различия между проанализированными видами немецких и русских деловых писем с точки зрения не только проявления в них вышеуказанных современных тенденций, но и репрезентации средств выражения категории вежливости в каждом из выделенных коммуникативных блоков. Полученные результаты свидетельствуют о социокультурной специфике данных типов текста в немецко- и русскоязычной корреспонденции, что позволяет использовать их в практике обучения как родному, так и иностранному деловому языку, а также в процессе обучения письменному переводу.

Ключевые слова: компаративистика, деловая коммуникация, официальная корреспонденция, категория вежливости, средства выражения вежливости в немецких и русских деловых письмах.

CATEGORY OF POLITENESS IN RUSSIAN AND GERMAN BUSINESS CORRESPONDENCE

For citation: Grigorieva L. N., Jesan I. J., Kovtunova E. A. Category of politeness in Russian and German business correspondence. *German Philology in St. Petersburg State University*, 2023, iss. 13, pp. 119–140.
<https://doi.org/10.21638/spbu33.2023.106> (In Russian)

Politeness is an integral part of any communication — it acts as a regulator of the communicative process in different spheres of human activity. This category is particularly significant in the official communication, where careful selection of language means is necessary. The actual study of politeness in the official and business communication styles is presented in a contrastive aspect, comparing national-cultural peculiarities of politeness in different countries. Therefore, the novelty of this article lies in the comparative analysis of business letters in German and Russian and in the study of the means of politeness expression in separate communicative blocks as well. This study is structured considering modern trends in the development of conventional norms of official communication, the processes of their personalization, democratization, dialogization and individualization. The textbooks on business correspondence published in Germany and Russia are used as material. In addition, this article uses contextual and semantic analysis. The authors for the first time resort to the method of rubricating business letters into communicative blocks, identifying verbal means of politeness expression. As a result, differences between the analyzed types of German and Russian business letters were identified not only in the manifestation of the above-mentioned trends, but also in the representation of politeness expression in each of the communicative blocks. The results reveal socio-cultural specificity of these texts in German and Russian correspondence, which allows us to use them in teaching native and foreign language for business communication, as well as in the process of teaching translation.

Keywords: comparativism, business communication, official correspondence, category of politeness, means of politeness expression in German and Russian business letters.

1. Введение

Деловое общение представляет собой неотъемлемую часть жизни любого социума, в процессе такого общения решаются многие важные политические, экономические, социальные, культурные и другие вопросы. По словам М. В. Колтуновой, «деловое общение — это самый массовый вид социального общения. Оно представляет собой сферу административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений» [Колтунова 2000: 5].

Данный вид коммуникации носит безусловно комплексный и междисциплинарный характер, поэтому его правомерно рассматривать как дискурс, охватывающий как самые разнообразные вербальные, так и невербальные формы проявления, и потому все связанные с деловой коммуникацией проблемы являются предметом рассмотрения как лингвистики, так и других сфер научной деятельности — экономики, менеджмента, психологии, юриспруденции, международных отношений и пр.

Основное, что отличает деловую коммуникацию от общения в других сферах, например приватной, — это соблюдение определенных конвенций и норм, одной из которых выступает в том числе и категория вежливости, проявление которой и является непосредственным объектом рассмотрения в данной статье.

Деловое общение может быть разделено согласно двум основным видам речи на устное и письменное, для последнего из которых соблюдение норм характерно еще в большей степени. Особую актуальность данный вид коммуникации приобретает, когда речь идет о международном сотрудничестве, потому что, несмотря на процессы глобализации, межличностная коммуникация сохраняет известную специфику, обусловленную историей, культурой, ментальностью, обычаями и традициями соответствующих стран и народов.

Актуальность и новизна данной статьи объясняется в первую очередь тем, что в лингвистике недостаточное внимание уделяется сопоставительному изучению дискурсов и порождаемым в его рамках текстовым произведениям, в том числе с точки зрения репрезентации в них разных речевых коммуникативных категорий, как, например, в данном случае категории вежливости.

В связи с поставленной целью — выявление черт сходства и различий в реализации категории вежливости в немецкой и русской деловой корреспонденции — в предлагаемой статье решаются следующие задачи: рассмотреть понятие «деловая письменная коммуникация» и ее жанры, или типы текста (Textsorten); выявить гибридный характер делового письма; учесть современные тренды в развитии деловых типов текста; обнаружить различия в толковании понятий «этикет» и «вежливость»; установить черты сходства и различия в репрезентации категории вежливости в разных коммуникативных блоках в немецкой и русской деловой корреспонденции; определить возможные пути дальнейшего изучения данного объекта исследования.

2. К понятию «деловая письменная коммуникация»

Деловая коммуникация — это обширная сфера, охватывающая многие области человеческой деятельности и реализуемая в самых разных ситуациях. Это многообразие касается и средств ее проявления, начиная от правил поведения и заканчивая вербальным общением, в том числе в письменной форме.

Деловое письменное общение представлено в настоящее время в основном двумя видами: деловыми письмами и сообщениями, отправляемыми по электронной почте (имейлами), различия между текстами которых сейчас все больше стираются, а отличия сводятся в основном к способам их передачи и оформлению, при этом вторые, конечно же, все больше вытесняют первые. Кстати, если по отношению к первым говорят о деловом письме, то для обозначения последних часто используется термин «электронное письмо» (ср.: [Кожеко 2015]). Правда, в руководствах по написанию те и другие часто рассматриваются отдельно (ср., например: [Кострова 2015: 115–117; Silhanova 2009: 91–93]). Поскольку для данной работы различия между указанными видами, точнее говоря между их вербальными составляющими, не имеют принципиального значения, то в ходе дальнейшего рассмотрения эти различия не будут учитываться, и для удобства мы далее будем оперировать понятием «деловое письмо».

Деловое письмо рассматривается в лингвистике как особый тип или жанр текста. Так, с одной стороны, в рамках функциональной стилистики оно может быть отнесено к официально-деловому стилю, с другой — к жанру, получившему название так называемого эпистолярия [Фесенко 2008: 132].

При этом эпистолярность по сравнению с функциональной стилистикой имеет гораздо более древние традиции, восходящие еще к античным, если даже не более ранним, временам. Поэтому деловое письмо несет в себе черты как официально-делового стиля, так и черты эпистолярного жанра.

Отнесенность к официально-деловому стилю, как на то указывается в «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» под редакцией М. Н. Кожинной, предусматривает наличие таких стилевых черт деловой корреспонденции, как императивность, точность, стандартизованность, неличность изложения [Стилистический энциклопедический словарь... 2019: 631]. Другие

авторы добавляют к этому еще информационную полноту [Купина, Матвеева 2015: 178] или информационную емкость [Маркова 2018: 63], краткость и лаконичность [Кузнецов 2012: 10].

Принадлежность же к эпистолярному жанру маркируется прежде всего влиянием элементов книжно-письменной речи и литературного разговорного стиля. К другим типичным чертам писем причисляют также следующие: диалогичность, адресатность, структурированность и этикетность [Белунова 2002: 75–76]. При этом подчеркивается синкретичный характер писем, т. е. тот факт, что эти тексты могут иметь разную стилевую окрашенность в зависимости от их отнесенности к тому или иному дискурсу [Стилистический энциклопедический словарь... 2019: 631]. Данное обстоятельство лишний раз подтверждает, что деловое письмо, несмотря на присущие ему свойства эпистолярного жанра, формируется в рамках официально-делового стиля, и потому деловому письму независимо от способа передачи (по почте или с использованием новых информационных технологий) свойственны типичные черты последнего. Это позволяет говорить о некоторой гибридности данного типа текста. К этому можно также добавить, что дискурс, в котором используются деловые письма, относится к деловому общению преимущественно в экономической (ср., например: [Meskauskiene 2002: 77]) или правовой сферах.

С учетом вышесказанного для немецко- и русскоязычных деловых писем могут быть выделены следующие характеристики. Так, немецким деловым письмам, по мнению исследователей, присущи нормированность, диалогичность, информативность, ясность, структурированность, этикетность [Silhanova 2009: 93–94; Meskauskiene 2002: 79]. При этом большинство авторов указывает на то, что немецкое деловое письмо (не в последнюю очередь благодаря получающему все большее распространение электронному письму) находится в процессе перемен, становясь менее официальным, более гибким и разнообразным.

В этом смысле характерен так называемый гамбургский концепт (или модель) понятности (Hamburger Verständlichkeitskonzept), разработанный учеными-психологами Гамбургского университета в 70-е годы, в котором отмечается, что понимание любого делового текста обеспечивается соблюдением четырех правил: простота, структурированность, краткость/точность и дополнительные стимулы (Einfachheit, Gliederung/Ordnung, Kürze/Prägnanz, zusätzliche

Anregungen). В целом эти четыре правила обеспечивают то, что авторы назвали «понятностью» (*Verständlichkeit*). Разработанная ими модель была практически апробирована в процессе целого ряда тренингов, что позволило создать своего рода стандарты написания деловых писем.

Под простотой понимается применение широко употребительных понятных слов и преимущественно синтаксически несложных предложений. Структурированность подразумевает четкое логичное членение текста, подчеркнутое графическими средствами, например использованием абзацев. При толковании понятий краткость и точность говорится, что изложение должно быть концентрированным, сосредоточенным на самом главном, каждое слово быть взвешенным и необходимым. Но при этом краткость не должна быть экстремальной, и для достижения точности передачи содержания допускается некоторое дублирование информации, но не дословный повтор. Наиболее интересными из перечисленных правил являются так называемые *zusätzliche Anregungen* ('дополнительные стимулы'), где автору рекомендуется добавлять в текст слова, «оживляющие» изложение информации, делающие его интересным и немонотонным, чтобы поддержать желание адресата прочесть присланный документ до конца [Langer, Thun, Tausch 2015: 19–21].

Российские лингвисты отмечают, что деловым письмам присущи объективность, нейтральность, краткость, нормированность, конкретность, вежливость, отсутствие вычурности, недопустимость иронии и шуток [Кузнецов 2012: 9–11]. Если сравнивать с теми чертами, которые выделяются в качестве характерных для немецкого делового письма, то здесь уже можно отметить некоторые как общие, так и отличительные черты, выделяемые в качестве характерных для немецкого и русского языков. В первую очередь в глаза бросаются запреты, налагаемые на составление деловых писем в России. Это объясняется, вероятно, тем, что тенденция к демократизации в российской деловой коммуникации началась гораздо позже, чем в Германии.

Если подытожить общие и отличительные черты немецких и русских деловых писем, то можно отметить, что на современном этапе развития их многое объединяет. Свойственные им процессы развития начались в Германии гораздо раньше, однако в России они зашли дальше и приобрели некоторый «игровой» характер, под-

тверждением чему является пособие по написанию деловых писем А. В. Карелиной «Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты», где обучение построено по методу «от противного», т. е. на примере писем из литературных произведений (письмо Татьяны из «Евгения Онегина», внука дедушке Константину Макарычу из рассказы Чехова «Ванька» и др.) [Карелина 2013: 26–28], это отличие особенно очевидно при сравнении данного пособия с хорошо зарекомендовавшим себя фундаментальным немецким руководством по написанию деловых писем, изданным в серии «Дуден» [Duden Ratgeber 2014].

Из перечисленных выше общих черт, присущих деловым письмам в обоих сравниваемых языках, среди прочих выделяется этикетность или вежливость, которая и выступает непосредственным объектом изучения в данной статье.

3. Теоретические подходы к проблеме категории вежливости

Как уже отмечалось выше, важной чертой деловой коммуникации вообще и письменной в частности выступает этикетность и вежливость. Это, по-видимому, объясняется особым положением деловых писем как типа текста по сравнению с другими текстами, причисляемыми к официально-деловому функциональному стилю, а именно их ярко выраженной коммуникативной направленностью и диалогичностью. Вежливость, как пишет И. А. Стернин, является самой релевантной категорией общения [Стернин 2003: 22–23].

В связи с этим представляется целесообразным внести некоторую ясность в различение понятий «этикет» и «вежливость». Вопросами этикета в целом занималась Н. И. Формановская, во многом заложившая основы лингвистических исследований в данной области. Несмотря на то что в своей монографии автор исследует преимущественно общие проблемы этикета, в ней отмечается и специфика деловой коммуникации:

В отличие от частного официального общение ограничено строгими правилами взаимного поведения и отношений коммуникантов как представителей организации, группы, поэтому текст официального сообщения содержит немало клишированных стереотипных выражений [Формановская 2005: 11].

Характерно, что отмечается прежде всего языковая специфика этикета, накладываемая на него принадлежностью к официально-деловому стилю.

Вопросам же делового этикета непосредственно посвящена работа М. В. Колтуновой, которая утверждает, что в процессе делового общения его участники должны обладать навыками лингвистической компетенции и речевой культурой, проявляющейся в умении использовать языковые средства, адекватные обстановке, цели и содержанию высказывания [Колтунова 2000: 5].

В попытках провести разграничение между этикетом и вежливостью можно отметить следующее. Этикет определяется прежде всего как свод правил поведения людей в социуме, т. е. этикет — это «совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождения с окружающими, формы обращений и приветствий, поведения в общественных местах, манеры и одежда)» [Словарь по этике 1981: 412]. Составной частью этикета выступает так называемый речевой этикет, который на первый взгляд соотносится с понятием вежливости, но это не совсем так. Если этикету свойственно соблюдение общепринятых норм, при котором истинное, например недружественное или даже враждебное, отношение человека к окружающим может быть скрыто за этими нормами, то основу вежливости составляет проявление уважения к другому человеку [Ларина 2003: 167; Карасик 1992: 85], т. е. категория вежливости базируется на тактичности, умении находить компромисс и учитывать противоположное мнение. Этикет из-за исторических ассоциаций рассматривается скорее как нечто присущее очень высокому уровню общения, как то, что предписывается протокольными мероприятиям, а вежливость — как желательная характеристика любого общения между людьми. Хотя неискренность здесь тоже возможна, как об этом пишет Андре Конт-Спонвиль:

Вежливость — это искусство добрососедства, правда базирующееся на видимости, а не на реальном соотношении сил, на показном уважении, а не на искреннем компромиссе, на преодолении эгоизма с помощью хороших манер, а не на основе справедливости и права [Конт-Спонвиль 2012: 43].

Тем не менее вежливость можно считать нормой человеческого поведения в современном обществе.

Не углубляясь в анализ понятий «этикет» и «вежливость», можно отметить, что в настоящее время в лингвистической литературе отмечаются большие изменения, касающиеся представлений о вежливости, в том числе о ее вербальной составляющей. В связи с этим нельзя не упомянуть два значимых в этом отношении труда, а именно работы Г. Грайса и Дж. Лича, которые, выделив в одном случае постулаты (качество, количество, отношение и способ) [Грайс 1985: 222–237], а во втором — максимы речевого поведения (такт, щедрость, одобрение, скромность, согласие и симпатия) [Leech 1983: 11–12], заложили фундамент возможности трактовки категории вежливости в широком смысле слова. Ведь и постулаты Грайса, и максимы Лича непосредственно касаются того, какие качества должны характеризовать в том числе и деловые письма.

Именно в такой широкой трактовке и понимается категория вежливости по отношению к деловой коммуникации в целом и к деловой корреспонденции в частности в книге К. Анкенбранд. При анализе категории вежливости, рассмотрев ее в диахроническом аспекте, автор указывает, что данная категория претерпевает в настоящее время большие изменения, которые проявляются в отказе от устаревших, лишенных содержания выражений (*Vermeidung veralteter und bedeutungsentleerter Floskeln*) [Ankenbrand 2013: 321], в проявлении дружелюбия (*Freundlichkeit*), в обязательном учете фактора адресата (*Involvierung des Rezipienten*) [Ankenbrand 2013: 221–226], в использовании креативности (*Kreativität*), в подчеркивании индивидуального характера текста (*Individualität*) [Ankenbrand 2013: 326–327]. Но при этом также необходимо придерживаться апробированного стереотипного вокабуляра (*festes stereotypes Vokabular*) [Ankenbrand 2013: 313]. Наличие таких черт, как дружелюбный, креативный, адресный, индивидуализированный характер делового письма, предполагает, что все деловое общение должно быть выстроено на взаимоуважении и вежливости партнеров по отношению друг к другу.

В целом данные требования, предъявляемые к текстам современной деловой корреспонденции, свидетельствуют о переходе от строго регламентированной и ритуализированной этикетности или вежливости к «симуляции» близких и доверительных отношений между партнерами.

4. Описание материала и принципы его анализа

Как уже было указано выше, в качестве материала исследования выступают образцы деловых писем, заимствованные из разных пособий по их написанию на немецком и русском языке (см. список в конце статьи в разделе «Источники иллюстративного материала»). Большинство из данных книг представляют собой учебно-дидактические материалы, целью которых является обучить написанию деловых писем определенные целевые группы. Ряд из них предназначен для изучающих русский или немецкий язык в качестве иностранного. Данное обстоятельство объясняется трудностями доступа к аутентичному материалу, поскольку деловая корреспонденция представляет собой известную коммерческую тайну, не подлежащую разглашению.

Из всех использованных источников наиболее авторитетным представляется справочник по деловой корреспонденции из немецкой серии «Дуден» (Duden): «Duden Ratgeber. Geschäftskorrespondenz. Professionelle E-Mails und Briefe schreiben» [Duden Ratgeber]. Об этом свидетельствует не только его объем, но и тщательность и структурированность в описании материала. Интересно также то обстоятельство, что данное пособие обозначено авторами как *Ratgeber*, это название можно перевести на русский язык как «самоучитель», «руководство». Но данным словом в немецком языке обозначается также еще и тип текста, существующий в Германии со Средних веков. Наличие подобных пособий и руководств свидетельствует о большой дидактической значимости данной проблемы.

Анализ исследуемого материала происходил следующим образом: сначала была произведена выборка, а затем для изучения были отобраны некоторые виды деловых писем. Известно, что деловое письмо как таковое может быть подвергнуто дальнейшей классификации. Так, авторы словарной статьи «Деловое письмо» Л. Р. Дускаева и О. В. Протопопова в указанном выше энциклопедическом словаре пишут, в частности:

Деловые (служебные) письма, несмотря на новые, более быстрые, порой и более надежные технологии, продолжают оставаться надежным каналом связи — однонаправленным, непрерываемым. Входящая и исходящая корреспонденция занимает значительное место

в документообороте организаций; разнообразие писем позволяет классифицировать их по различным признакам [Стилистический энциклопедический словарь... 2019: 631].

Наиболее распространенным видом классификации писем выступает членение по их теме, например на запросы, предложения, приглашения и т. д. Возможно также их подразделение по предназначению, на такие как информационные, сопроводительные, рекламные и пр. Еще одним классификационным критерием может служить их адресная направленность: так, деловые письма могут быть обычными, т. е. адресованными конкретному индивиду, или полиадресатными, т. е. предназначенными какой-то целевой, но при этом достаточно гетерогенной группе, последние в документообороте называют циркулярными.

Поскольку насчитывается более тридцати разных тематических видов деловых писем, для анализа было отобрано по семь видов на каждом из языков. Далее в письмах были выделены общие и специфические структурные блоки для каждого вида писем и проанализированы средства выражения категории вежливости в них. Данные структурные блоки можно рассматривать как коммуникативные, которые используются при описании прототипической модели деловых писем (см. о понятии коммуникативных блоков: [Стилистический энциклопедический словарь... 2019: 163–164; Чернявская 2009: 69–70; Нефедов 2013: 199]). При этом основное внимание было уделено установлению черт сходства и различия между содержащимися в этих блоках средствами выражения вежливости в немецком и русском языках.

5. Анализ эмпирического материала

Для непосредственного анализа были отобраны семь видов деловых писем: предложение (предложение-оферта, Angebot), реклама (Reklamation), запрос (Anfrage), приглашение (Einladung), просьба (Bitte), благодарность (Dankschreiben), отказ (Absage, Ablehnung). В основе названий данных видов писем, выраженных существительными, лежат перформативные глаголы, указывающие на коммуникативную цель каждого из них и формирующие во многом их информативную структуру. Сохраняющее свою значимость требование к структурированности и нормированности

обуславливает достаточно единообразную глобальную структуру этих писем. Деловое письмо состоит в основном из следующих частей или рубрик (Textbausteine): шапка-заголовок (реквизиты), адрес, обращение, основной текст (тело письма), заключительная фраза, подпись — Briefkopf, Absenderangaben, Adressfeld, Betreffzeile, Anrede Infoblock, Unterschrift, Geschäftsangaben [Duden Ratgeber: 92]. Написание деловых писем в обеих странах регламентируется определенными нормами: в Германии — DIN 5008 (das Deutsche Institut für Normung), данный институт занимается разработкой норм и стандартов для экономики, государства и общества; в России соответствующим ГОСТ Р 6.30-2003 (см., например, комментарий к нему: [Чуковенков, Янковая 2004]). Здесь ввиду известных ограничений формата статьи мы не будем специально касаться такого модуля делового письма, как его графическое оформление, что как раз и учтено в вышеуказанных правовых нормах.

На основании выделенных выше составляющих частей деловых писем для непосредственного анализа были взяты только обращение, основная часть (тело письма) и заключение. Если тело письма во многом зависит от его конкретного вида, то обращение и заключительные высказывания, как правило, одинаковы для большинства деловых писем. Обе эти части, представляющие собой коммуникативные блоки, выполняют фатическую, контактоустанавливающую функцию, и категория вежливости присуща им изначально. Здесь уже можно отметить довольно большие расхождения между немецким и русским материалом.

Нейтральным обращением в немецком языке считается *Sehr geehrte(r)*, доверительным *-Liebe(r)*; обращение *Sehr verehrte(r)* возможно только к тому человеку, с кем автор письма знаком лично и к кому он испытывает особое уважение. К высокопоставленным лицам принято обращаться не по имени, а по занимаемой ими должности: *Sehr geehrte Frau Professorin*, *Sehr geehrter Herr Dekan*, *Sehr geehrter Herr Botschafter* [Duden Ratgeber: 48–51]. Большую роль в обращении играет также наличие степеней и титулов, использование которых в немецком языке также нормируется, например: *Sehr geehrte Frau Dr. ...*, *Eure Exzellenz*. Особенностью обращений в немецких письмах можно также считать пунктуацию — постановку запятой после обращения и написание первого слова в основной части письма с прописной буквы. В русском языке после обращения принято ставить восклицательный знак, хотя в одном

из пособий отмечается, что в случае более доверительных отношений можно воспользоваться запятой.

В русском деловом письме рекомендуется применять стандартные обращения типа *Уважаемый г-н ...!*, *Глубокоуважаемый Иван Петрович!*. В случае близкого знакомства возможно обращение типа *Дорогая Анна!*. Обращает на себя внимание, что при использовании множественного числа в русской деловой переписке не учитываются гендерные различия, ср.: *Уважаемые господа!*, *Уважаемые коллеги!*, что невозможно себе представить в аналогичном немецком дискурсе.

Заключительная часть письма также состоит из так называемых речевых формул вежливости. Немецкое письмо принято заканчивать такой стандартной фразой, как *Mit freundlichen Grüßen*, правда, принятую несколько ранее аббревиатуру *mfg* теперь использовать не рекомендуют. В качестве вариантов предлагаются: *mit verbindlichen / herzlichen Grüßen*, *mit den besten Grüßen*, *Liebe Grüße*, *Herzlichst*. В русском языке наиболее распространенной заключительной фразой является *С уважением*. При этом отмечается, что инициальная и заключительная речевая формула должны перекликаться друг с другом, ср.: *Уважаемый* в начале и *С уважением* в конце письма [Фалина 2017: 41]. Нежелательным считается использование вычурных формул типа *с глубоким почтением* [Фалина 2017: 41]. Многие из приведенных в пособиях образцы либо вообще не содержат подобной речевой формулы, либо она зависит от вида делового письма — так, например, в заключении письма-предложения или запроса предлагается написать: *В ожидании Вашего согласия, Выражаем надежду на продолжение нашего сотрудничества* [Фалина 2017: 32]. В немецких текстах подобные выражения также присутствуют, как, например, в письме-запросе: *Vielen Dank im Voraus* [Duden Ratgeber: 117]. Таким образом, в русских текстах заключительная фраза перед подписью либо в большей степени стандартизована, сводясь практически к предложному словосочетанию *с уважением*, либо вообще отсутствует, в то время как в немецких письмах наблюдается большее разнообразие подобных фраз, а возможность их элиминирования вообще не наблюдается.

В основной части письма (в теле письма) выделение коммуникативных блоков во многом зависит, как указывалось выше, от вида письма. Известно, что текст как таковой имеет классическую

трехчастную структуру: вступление, основная часть, заключение, но выделение коммуникативных блоков дает иную картину, причем эти блоки могут быть разного объема и располагаться в разных частях основного текста письма. Рассмотрим вычленение коммуникативных блоков на примере делового письма, обозначенного как предложение (предложение-оферта, Angebot) на русском и немецком материале.

Vielen Dank für Ihre Anfrage nach unseren neuen Gartengeräten.

Die von Ihnen gewünschten Waren bieten wir Ihnen zu folgenden günstigen Preisen.

Holzgeräte _____

Geräte mit hochwertigerem Kunststoffstiel _____

Die Lieferung erfolgt ab einem Warenwert von ___EUR frei Haus zuzüglich 19 % Mehrwertsteuer. Bei Zahlung innerhalb 8 Tagen gewähren wir Ihnen 2 % Skonto.

Für weitere Fragen und zur Antragsannahme steht Ihnen Herr _____ unter Telefonnummer _____ gern zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihren ersten Auftrag [Hovermann, Hovermann 2012: 55].

«Большое спасибо за Ваш запрос о нашем новом садовом инвентаре. Заинтересовавшие Вас товары мы можем предложить Вам по следующим выгодным ценам: инвентарь из дерева _____, инвентарь с черенками из высококачественной пластмассы _____. Поставка на сумму от _____ евро осуществляется бесплатно плюс налог на добавленную стоимость 19 %. При оплате в течение 8 дней Вам будет предоставлена скидка в 2 %. По всем вопросам и для приема заявок обращайтесь к г-ну ___ по тел. __. Мы с нетерпением ждем вашего первого заказа».

Благодарим вас за запрос от _____ и сообщаем, что можем предложить Вам _____ в количестве _____ (наименование товара).

Настоящее предложение действительно до _____ [Фалина 2017: 34].

В сравниваемых текстах можно выделить следующие общие для них коммуникативные блоки: благодарность и предложение. В русском тексте дополнительно присутствует еще коммуникативный блок — предупреждение (об ограничении срока действия предложения). В немецком письме блок самого предложения представлен в гораздо более развернутом виде, он дополнен не только количеством (как в русском тексте), но и стоимостью, условиями поставки и оплаты предлагаемого продукта. Помимо этого, в не-

мецком тексте имеется еще два коммуникативных блока — это предложение консультации сотрудника и речевая формула, подчеркивающая положительное отношение к заказу *Wir freuen uns auf Ihren ersten Auftrag*. Если сравнивать оба тела письма с точки зрения наличия в них категории вежливости, то в русском тексте она представлена только в одном из коммуникативных блоков (благодарность), а в немецком еще в последнем блоке.

Приведем еще примеры делового письма, такого как рекламация (Reklamation):

an den von Ihnen gelieferten neuen Gardinen in meinem Büro habe ich große Freude. Leider hat einer Ihrer Arbeiter bei der Montage die Wand beschädigt. Nun ist an der rechten Wand neben der Gardine ein fast 30 cm langer, mehrere Millimeter tiefer Kratzer in der Tapete. Bitte kommen Sie doch so rasch wie möglich einmal in meinem Büro vorbei, um sich ein Bild von dem Schaden zu machen. Gemeinsam finden wir dann sicher einen Weg, wie Sie den Schaden beheben können [Duden Ratgeber: 245]. — «Доставленные Вами в мой офис гардины очень порадовали меня. Но, к сожалению, при их установке Ваш мастер повредил стену. И теперь справа на стене рядом с гардинами на обоях имеется царапина глубиной в несколько миллиметров и длиной почти в 30 см. Пожалуйста, как можно скорее загляните в наш офис, чтобы зафиксировать нанесенный ущерб. Думаю, вместе мы наверняка изыщем возможность, как Вы сможете устранить причиненный ущерб».

Ihre Firma hat geladene 250 000 kg Zucker in der Waggonnummer 86-515, die von uns bezahlt wurde, überprüft. Dabei wurden 50 fehlerhafte Stellen festgestellt, was durch den Handelsprotokoll Nr. 6695/289 bestätigt ist. In Anbetracht der oben genannten Sachlage bitten wir Sie, die von uns erlittenen Schäden in Höhe von ... zu entschädigen. Die Summe ist ... zu zahlen. Anlage: Handelsprotokoll Nr. 25/209 [Фалина 2017: 34–35].

В представленном выше немецком примере имеющиеся коммуникативные блоки могут быть озаглавлены так: благодарность, жалоба, просьба об устранении недостатка, предложение о кооперации в устранении. Очевидно, что элементы вежливости присутствуют во всех блоках, даже в блоке, где констатируется сама жалоба, ср.: *große Freude, Leider, Bitte, Gemeinsam finden wir dann sicher einen Weg*. Таким образом, негативный по своей сути тип текста — рекламация — благодаря такому количеству средств вы-

ражения вежливости не оставляет у получателя отрицательного впечатления, что позволяет сохранить деловые отношения.

В русском же примере представлено не только меньше коммуникативных блоков, но и меньше средств выражения благодарности, в тексте присутствует только глагол *просим*, смягчающий требование о возмещении потерь. Напротив, в предпоследнем предложении появляется модальность долженствования (*следует*), а в последнем содержится указание на приложение в виде акта о возмещении ущерба.

Поскольку рамки статьи ограничены, ограничимся еще только одной парой примеров — таким видом письма, как благодарность (Dankschreiben):

Sie haben uns vergangene Woche mit der vorgezogenen Teillieferung sehr geholfen. Dafür danke ich Ihnen ganz herzlich. Wir wissen selbst, wie unangenehm es ist, Mitarbeiter zu Überstunden verpflichten zu müssen. Aber ohne Ihr Engagement wäre unser Projekt gescheitert! Bitte richten Sie auch den beteiligten Mitarbeitern meinen allergrößten Dank aus [Duden Ratgeber: 155]. — «На прошлой неделе Вы очень выручили нас с досрочной частичной поставкой, за что я Вам очень благодарен. Нам самим хорошо известно, как это неприятно, когда приходится просить рабочих отработать сверхурочно. Но без Вашего участия наш проект не был бы реализован! Пожалуйста, передайте всем Вашим сотрудникам мою огромную благодарность».

В период с 27 по 31 марта 2005 г. в г. Барнауле успешно прошел I региональный фестиваль «Театр кукол на пороге XXI века», организованный по решению координационного совета по культуре Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение».

В фестивале приняли участие 230 творческих работников из 14 кукольных театров Сибири.

Оргкомитет фестиваля выражает благодарность Вам за финансовую помощь, благодаря которой Новосибирский государственный областной театр кукол стал участником важного события в культурной жизни Сибири.

Надеемся, что руководство области будет и в дальнейшем оказывать поддержку кукольникам региона при проведении в рамках Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» театральных фестивалей [Кирсанова, Аксенов, Анодина 2023: 58].

При сопоставлении данных примеров также могут быть отмечены некоторые несовпадения в коммуникативных блоках и репрезентации в них средств выражения вежливости. Так, в русском письме больше блоков информативного содержания (проведение мероприятия, его организаторы, количество участников), и лишь потом следует благодарность, вслед за которой выражается надежда на подобную поддержку в будущем. Немецкое письмо тоже начинается с описания того, за что будет выражена благодарность, но уже в этом блоке появляется косвенное указание, почему речь пойдет о ней (ср. глагол *helfen*). Далее следует сам блок «благодарность», состоящий из четырех предложений, два из которых содержат слова с семой благодарности (*danke, Dank*), усиленные словами (*ganz herzlich, allergrößten*). Одно из предложений в этом блоке направлено на то, чтобы подчеркнуть те усилия, которые пришлось предпринять адресату, чтобы мероприятие прошло успешно (*Wir wissen selbst, wie unangenehm es ist, Mitarbeiter zu Überstunden verpflichtet zu müssen*). Таким образом, если в русском тексте превалирует информативный блок, то в немецком — благодарственный, желая подчеркнуть свою благодарность, автор не скупится на комплименты в адрес лица, которому адресовано письмо.

5. Выводы и перспективы дальнейшего исследования

Проведенный сопоставительный анализ некоторых видов деловых писем на материале немецкого и русского языков свидетельствует о том, что отмеченные тенденции к отходу от стереотипных и потому прагматически менее эффективных средств выражения вежливости и к переходу к более естественным формам больше характерны для немецкой деловой корреспонденции. Помимо этого, вежливость представлена в немецких текстах не только в предназначенном для этого коммуникативном блоке, которые с количественной точки зрения часто более объемны по сравнению с русскими, но в виде косвенных маркеров вежливости в других блоках.

Дальнейшее контрастивное изучение как письменной корреспонденции, так и устной коммуникации в деловой сфере позволит расширить представление об общих и различных чертах между данными дискурсами в России и Германии. Такие исследования

имеют большое теоретическое и практическое значение, причем не только в лингвистическом аспекте, они релевантны для многих других областей знаний и сфер практической деятельности человеческого общества.

Подобные проекты значимы также с дидактической точки зрения, потому что их результаты могут быть использованы при разработке техник по обучению навыкам деловой коммуникации, в том числе с представителями иноязычных сообществ.

Сопоставительному изучению деловой коммуникации должно быть отведено важное место и в современной транслатологии, например при переводе деловой документации с немецкого языка на русский и наоборот. Здесь вполне правомерной представляется дискуссия о том, какими стратегиями и тактиками лучше воспользоваться в процессе перевода таких текстов — придерживаться ли исходного текста или ориентироваться на нормы и стандарты целевого языка.

Источники иллюстративного материала

Кирсанова М. В., Аксенов Ю. М., Анодина Н. Н. Деловая переписка: учебное пособие. Серия: Высшее образование. Бакалавриат. М.: Инфра-М, 2023. 136 с.

Фалина В. А. Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации: учеб. пособие. Иваново: Изд-во ФГБОУ ВО «Ивановский государственный энергетический университет имени В. И. Ленина», 2017. 124 с.

Duden Ratgeber. Geschäftskorrespondenz. Professionelle E-Mails und Briefe schreiben. 2. Aktualisierte und überarbeitete Auflage. Dudenverlag: Berlin, 2014. 319 S.

Hovermann C., Hovermann E. Das große Buch der Musterbriefe. Hannover: Humboldt, 2012. 348 S.

Справочные материалы

Карелина А. В. Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 228 с.

Колтунова М. В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет: учеб. пособие. М.: Экономика, 2000. 272 с.

Конт-Спонвиль А. Вежливость // Философский словарь. М.: Полимпест; Этерна, 2012. С. 42–43.

Кузнецов И. Н. Деловое письмо. М.: Дашков и Ко., 2012. 196 с.

Купина Н. А., Матвеева Т. А. Стилистика современного русского языка. М.: Юрайт, 2015. 415 с.

Словарь по этике / под ред. И. С. Кона. М.: Политиздат, 1981. 430 с.

Стилистический энциклопедический словарь русского языка. 2-е изд., испр. и доп. / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта, 2019. 696 с.

Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. М.: ИКАР, 2005. 250 с.

Чуковенков А. Ю., Янковая В. Ф. Правила оформления документов: Комментарий к ГОСТ Р 6.30-2003 «Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов». М.: ТК Велби; Проспект, 2004. 216 с.

Литература

Белунова Н. И. Дружеское письмо в функционально-стилевом аспекте // Русский язык в школе. 2002. № 1. С. 75–78.

Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика / общ. ред. Е. В. Падучевой. М.: Прогресс, 1985. С. 217–238.

Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. 330 с.

Кожеко А. В. Эпистолярные жанры: традиционные и современные формы // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2 (ч. 3). URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23775> (дата обращения: 27.01.2023).

Кострова О. А. Дискурсивные стереотипы: межкультурный аспект концептосферы. Самара: ПГСГА, 2015. 208 с.

Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации. На материале английской и русской коммуникативных культур: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. 495 с.

Маркова В. А. К вопросу о составе стиливых черт официально-делового стиля // Филология и человек. 2018. № 1. С. 62–73.

Нефедов С. Т. Прототипическая модель текста как основа текстотипологического знания (на материале авторского предисловия к научной монографии) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2013. Вып. 3. С. 198–204.

Стернин И. А. Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. Вып. 17. Воронеж: Истоки, 2003. С. 22–47.

Фесенко О. П. Эпистолярный: жанр, стиль, дискурс // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 23. С. 132–143.

Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.

Ankenbrand K. *Höflichkeit im Wandel. Entwicklungen und Tendenzen in der Höflichkeitspraxis und dem laienlinguistischen Höflichkeitsverständnis der bundesdeutschen Sprachgemeinschaft innerhalb der letzten fünfzig Jahre*. Inauguraldissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie. Heidelberg: Ruprecht-Karls-Universität, 2013. 566 S.

Langer I., Schulz von Thun F., Tausch R. *Sich verständlich ausdrücken*. 10. Auflage. München; Basel: Ernst-Reinhard Verlag, 2015. 222 S.

Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. London: Longman, 1983. 257 p.

Meskauskiene I. Wirtschaftslinguistik als Teilbereich der Fachkommunikationsforschung // *Kalbotyra*. 2002. Nr. 52 (3). S. 76–85.

Silhanova R. Textsorte Geschäftsbrief und die Entwicklungstendenzen der deutschen Geschäftskorrespondenz // *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*. 2009. Nr. 14, 1–2. S. 89–103. https://digilib.phil.muni.cz/_flysystem/fedora/pdf/106097.pdf (дата обращения: 30.01.2023).

References

Ankenbrand K. *Höflichkeit im Wandel. Entwicklungen und Tendenzen in der Höflichkeitspraxis und dem laienlinguistischen Höflichkeitsverständnis der bundesdeutschen Sprachgemeinschaft innerhalb der letzten fünfzig Jahre*. Inauguraldissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie. Heidelberg, Ruprecht-Karls-Universität, 2013, 566 S.

Belunova N. I. Friendly letters in the functional and stylistic aspect. *Russkii iazyk v shkole*. 2002, no. 1, pp. 75–78. (In Russian).

Cherniavskaia V. E. *Text linguistics: polycode, intertextuality, interdiscursivity*. Moscow: Librokom Publ., 2009, 248 p. (In Russian)

Fesenko O. P. Epistolary: Genre, Style, Discourse. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2008, no. 23, pp. 132–143. (In Russian)

Grice H. P. Logic and conversation. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike: Issue 16. Lingvisticheskaja pragmatika*, ed. by E. V. Paducheva. Moscow, Progress Publ., 1985, pp. 217–238. (In Russian)

Karasik V. I. *The language of social status*. Moscow, In-t iazykoznaniiia RAN Publ.; Volgograd. gos. ped. in-t Publ., 1992, 330 p. (In Russian)

Kostrova O. A. *Discursive stereotypes: The intercultural aspect of the conceptosphere*. Samara: PGSGA Publ., 2015, 208 p. (In Russian)

Kozheko A. V. Epistolary genres: traditional and modern forms. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*. 2015. no. 2 (pt. 3). Available at: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=23775> (In Russian) (accessed: 27.01.2023).

Langer I., Schulz von Thun F., Tausch R. *Sich verständlich ausdrücken*. 10. Auflage. München, Basel, Ernst-Reinhard Verlag, 2015, 222 p.

Leech G. N. *Principles of Pragmatics*. London, Longman, 1983, 257 p.

Larina T. V. *The category of politeness in the aspect of intercultural communication. On the material of English and Russian communicative cultures. D. thesis*. Moscow: 2003, 495 p. (In Russian)

Nefedov S. T. The Prototypical Text Model as the Basis of Text-Typological Knowledge (on the material of the author's preface to a scientific monograph). *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Series 9*. 2013, Issue 3, pp. 198–204. (In Russian)

Markova V. A. On the composition of the stylistic features of the official business style. *Filologija i chelovek*. 2018, no. 1, pp. 62–73. (In Russian)

Meskauskiene I. Wirtschaftslinguistik als Teilbereich der Fachkommunikationsforschung. *Kalbotyra*, 2002, Nr. 52 (3), S. 76–85.

Silhanova R. Textsorte Geschäftsbrief und die Entwicklungstendenzen der deutschen Geschäftskorrespondenz. *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik*, 2009, Nr. 14, 1-2, S. 89–103. Available at: https://digilib.phil.muni.cz/_flysystem/fedora/pdf/106097.pdf (accessed: 30.01.2023).

Sternin I. A. Problems of describing politeness as a communicative category. *Kommunikativnoe povedenie. Vezhlivost' kak kommunikativnaia kategoriia*. 2003, iss. 17, pp. 22–47. (In Russian)

Григорьева Любовь Николаевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Liubov N. Grigorieva

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: l.grigoreva@spbu.ru

Езан Ирина Евгеньевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Irina J. Jesan

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: i.ezan@spbu.ru

Ковтунова Елена Анатольевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Elena A. Kovtunova

Associate Professor of German Philology Department, St. Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences

Address: 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: e.kovtunova@spbu.ru

Статья поступила в редакцию 27 февраля 2023 г.

Принята к публикации 26 апреля 2023 г.