

Скібіцька Т.В. Комунікативна природа основних граматичних одиниць у тексті ділового листа // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К.: Київський Національний Лінгвістичний університет, 2004. – Вип.12. – С. 218-222.

КОМУНІКАТИВНА ПРИРОДА ОСНОВНИХ ГРАМАТИЧНИХ ОДИНИЦЬ У ТЕКСТІ ДІЛОВОГО ЛИСТА

Наукове дослідження тексту є комплексною проблемою, яка може бути розв'язаною на стику гуманітарних та природничо-математичних наук – лінгвістики та літературознавства, соціології та психології, історії та філософії, кібернетики та теорії інформації. Розробка понятійного та категорійного апарату загальної лінгвістики тексту, можлива лише „у зв'язку та на основі досліджень окремих питань лінгвістики тексту, тобто вивчення різних видів тексту, жанрово-лінгвістичних особливостей їх організації” [13, 3]. Оскільки сам текст є продуктом людської діяльності [4, 17], то в ній можуть виявлятися та вивчатися суб'єкти текстової діяльності, ознаки та функції комунікативних дій, які здійснюються цими суб'єктами, самі об'єкти текстової діяльності, ознаки та функції тексту ділового листа, мовні засоби, які виражають текстову діяльність, а також вплив екстралінгвістичних чинників на організацію тексту.

У зв'язку з високою значущістю ділового листа, цей важливий вид текстової діяльності активно задіяний у загальній структурі економічної діяльності людини. Дослідженню листа в системі комунікації присвячена низка наукових праць [7]; [8]; [9]. Однак комунікативна природа основних граматичних одиниць тексту ділового листа не знайшла в них достатнього висвітлення. Актуальність такого дослідження зумовлена необхідністю теоретичного аналізу мовних особливостей соціокультурного феномена сучасного ділового англomовного листування, які відрізняють його з-поміж інших типів текстів.

Метою статті є дослідження природи мовленнєвого висловлювання в діловому листі, особистісних факторів комунікантів та стилеутворюючої ролі найважливіших граматичних одиниць ділового листа, які впливають на умови ділової комунікації.

За визначенням Радзієвської Т.В. “діловий лист – цілісне логіко-комунікативне утворення, гетерогенне за своїм функціональним складом. Функціональна відмінність компонентів компенсується високим ступенем логічної зв'язності, тим, що у тексті кожен з них має статус елемента певної конструкції, тобто несе інформацію не лише сапм по собі, але й у співвідношенні з іншими складниками цієї конструкції. Саме тому текст ділового листа стає активним носієм прагматичних значень” [8, 133].

Різним функціональним стилям притаманні свої внутрішні закони організації текстового матеріалу. В офіційно-діловому стилі й у ділових листах зокрема особливого значення набуває співвідношення форми та змісту в тексті. Залежно від виду листа, завдань комунікативного характеру текстовий матеріал набуває певної форми організації. Цей факт стає вирішальним при виборі мовних засобів, особливо граматичних конструкцій та синтаксичних одиниць.

Діловий лист має ряд синтаксичних особливостей. Саме ці синтаксичні особливості створюють логічну послідовність висловлювання: ускладнений синтаксис, строга архітектонічна побудова тексту та ін. В оформленні композиційного рисунку ділового листа важливу роль відіграє абзац, який не завжди визначається традиційними характеристиками. Це пов'язано з основними стилістичними рисами ділового листа: чіткістю, стереотипністю, канонічністю. Абзац не є автономною одиницею, а зв'язується з наступними в чіткому ланцюгу логічної розповіді.

Вивчення синтаксичної структури тексту з позиції прагмалінгвістики дає нам змогу дослідити основні типи речень у ділових листах. "Сентенційні одиниці (речення) є не лише синтезуючою силою, але й основними опорами для декодування тексту. Декодування тексту здійснюється шляхом обробки речень, у першу чергу, предикативних синтагм [11, 12].

Важливим аспектом синтаксису ділового листа є стилістичне виділення основних комунікативних типів речень. Завдяки їх вдалому підбору адресант може використовувати мовні засоби для передачі ситуації та форми синтаксичної єдності з метою інформування чи впливу на адресата. Серед усіх видів речень найбільш поширеними у ділових листах є розповідні речення. Вони передають об'єктивну констатацію стану справ для більш чіткого сприйняття адресатом.

Окличні речення є формально близькими до розповідних. Їх роль зводиться до передачі емоційної оцінки. Часто вони відзначаються мовною економією, наприклад, завдяки еліпсам, уривкам основних висловлювань, імперативам.

Спонукальні речення служать для мовної передачі впливу на адресата. Стилiстично це може передавати прохання, пораду, пропозицію, попередження, наказ, заборону та ін.

Найбільш вживаною формою питальних речень у ділових листах є риторичні питання. Як правило, ці питання містять відповідь у собі і цим підсилюють емоційно-експресивну оцінку. Як показує наше дослідження ділових листів, цей вид речень вживається здебільшого в листах із домінуючою функцією апеляційного впливу. Риторичні питання спонукають адресата ретельно обдумати проблему і вжити певних заходів. Пресупозиційно це часто передається: робіть лише це, оскільки це єдино правильне рішення.

З граматичної точки зору слід відзначити наявність в ділових листах великої кількості складних речень у порівнянні з простими. Наприклад:

*Thank you very much for your invitation to dinner on Saturday, the 23d August, **but** I very much regret **that** we are unable to accept your invitation owing to a previous engagement.*

Аналіз фактичного матеріалу показав, що на 500 речень у текстах ділових листів припадає 121 просте та 379 складних речень. Серед складних речень переважають складнопідрядні, оскільки складносурядні речення характеризуються меншою спаяністю між частинами, ніж складнопідрядні. Дуже часто спостерігається тенденція вживання складних речень із послідовною субординацією, тобто підпорядкування одного підрядного речення іншому підрядному. Це пояснюється тим, що основною стильовою рисою ділових листів є логічність, яка передбачає визначеність думок, обґрунтування висновків [5, 41], розмірковування та наведення доказів. Наприклад:

*At the same time we take the opportunity to mention **that** our terms are now much easier than previously, following the withdrawal of exchange control and other official measures **since** we last did business together.*

Серед підрядних речень за частотою вживання в першу чергу виділяються підрядні речення-обставини, більше половини з яких – умовні (90 та 52 відповідно). Наступними за частотою вживання в текстах ділових листів є додаткові (62) та означальні (22). Наприклад:

***If you settle the account within 2 months** we will allow you to deduct from the amount due a special cash discount of 1% (умови).*

*We confirm **that** the goods will be supplied at the prices and on the terms stated (додаткове).*

*The above are current catalogue prices **from which** we would allow you a trade discount of 3% (означальне).*

Навіть якщо в діловому листі вживаються прості речення, з метою пояснення та уточнення інформації вони в основному ускладнюються дієприкметниковими, інфінітивними, герундіальними комплексами, які на українську мову перекладаються, як правило, за допомогою підрядних речень, а також вставними словами, в результаті чого подовжуються. Наприклад:

We could not effect payment no signature being affixed thereto (the Absolute Participial Complex – незалежний дієприкметниковий комплекс).

You should therefore receive them within seven days (вставне слово).

Інфінітивні звороти вживаються часто замість підрядних означальних речень, що дає змогу передати інформацію більш стисло. Наприклад:

The Letter of Credit to be valid for 180 days is to be advised by the Bank for Foreign Economic Affairs, Moscow.

У ділових листах широко застосовуються модальні дієслова, особливо ті, що позначають необхідність виконання дії або докір за невиконання певної дії (**must, have to, should, be to**). Часте застосування модальних дієслів у ділових листах пояснюється необхідністю надання їм офіційності. Наприклад:

*If the beneficiary refuses to pay or we are unable to collect such charges, we **shall have to** debit these charges to your account.*

*The Letter of Credit **is to** be valid for 6 months.*

*In accordance with the terms of the Letter of Credit the goods **must** be shipped January 15th the latest.*

*These funds **should** have been credited to our account.*

Серед граматичних засобів варто також відзначити вживання умовного способу з метою створення офіційного тону ділового листа. Наприклад:

We would be much obliged if we could have your catalogues by return.

We suggest that you send new instructions.

Відтінку можливості набувають також речення з модальним дієсловом **may** у поєднанні з інфінітивом, які на українську мову перекладатимуться за допомогою умовного способу. Наприклад:

*Please send us your payment instructions indicating the names of the beneficiary and the principal so that we **may investigate** this matter urgently.*

Відмова від конкретного вираження особи і вживання натомість пасивних форм є характерною особливістю мови ділових листів і певною мірою сприяє наданню діловому листу тону офіційності. Наприклад:

This letter of guarantee should be returned to us immediately upon effected delivery and our obligations under this letter of guarantee will cease on that day regardless of whether the same has been returned to us or not.

З граматичної точки зору ділові листи можуть бути написані :

- від першої особи однини: *I must apologize for the delay in fulfilling your order of November 20. I shall see that the spare parts are sent immediately.*
- від першої особи множини: *We must apologize for the delay in fulfilling your order of November 20. We shall see that the spare parts are sent immediately.*
- у безособовому пасиві: *The delay in fulfilling your order of November 20 is regretted. The spare parts will be sent immediately.*

При цьому спостерігається тенденція вживання першої особи однини лише посадовою особою, що інформує про свої особисті дії та думки, але представляє фірму або організацію. Безособовий пасив надає діловому листу відтінку холодності і віддаленості, тому перевага надається застосуванню першої особи множини.

У ділових листах іменники часто повторюються, оскільки уникається заміна їх займенниками, рідко застосовуються слова-замінники **that, one**. Шляхом частого вживання іменників та їх повтору в ділових листах досягається така стильова риса як точність. Наприклад:

The Buyer is to establish by cable an irrevocable confirmed divisible Letter of Credit with the Bank for Foreign Economic Affairs, Moscow. The Letter of Credit to be established by the Buyer not later than 14 days before the beginning of the delivery time stated above.

З цією ж метою застосовуються додатки, обставини, означення в уточнюючій функції, вставні речення з пояснюючим і уточнюючим значенням. Наприклад:

As requested by you we enclose a detailed quotation with prices, specifications and delivery terms.

Однак у сучасному діловому листуванні спостерігається тенденція переходу від канонізованого стилю до більш вільної манери викладу [9, 17]. Ця тенденція не може не відобразитися в синтаксисі. Аналіз особливостей ділового листування дозволяє зрозуміти вибір різноманітних синтаксичних конструкцій, формул звертання, початкових та заключних фраз, які притаманні діловим листам. Результати порівняння ділових листів, які виконують різні функції, на синтаксичному рівні можна подати в таблиці 1:

Основні синтаксичні ознаки ділових листів

Домінуюча функція	Ступінь клішованості	Основні ознаки
повідомлення	жорстка клішованість	архаїзовані синтаксичні структури, велика кількість форм пасивного стану, дієприкметникових, герундіальних, інфінітивних комплексів, значний обсяг речень через розростання підрядних зв'язків
вплив	клішованість у поєднанні з певними відхиленнями	велика кількість форм пасивного стану, дієприкметникових, герундіальних, інфінітивних комплексів, окличних, питальних та емпатичних конструкцій, певне зменшення середньої довжини речень, використання фразових стандартів
налагодження контакту	найменший ступінь клішованості	зменшення кількості форм пасивного стану, дієприкметникових, герундіальних, інфінітивних комплексів, вживання окличних, питальних та емпатичних конструкцій, певне зменшення середньої довжини речень, використання фразових стандартів

Таким чином, граматичні мовні засоби беруть безпосередню участь у реалізації стильових рис ділового листа. При цьому, один і той самий граматичний мовний засіб може реалізовувати різні стильові риси, які проявляються одночасно. Наприклад, нагромадження пасивних конструкцій роблять висловлювання важчим і відповідно більш офіційним та статичним. Більша кількість безсполучникових речень у порівнянні зі сполучниковими сприяє офіційності, об'єктивності та точності ділового стилю. Переважаюча більшість розповідних речень сприяє офіційності, об'єктивності викладу, відсутності емоційності, статичності. Велика кількість складнопідрядних речень зумовлюється необхідністю логічності викладу, наведення доказів та розмірковування, а також точності в ділових листах. Нагромадження дієприкметникових, герундіальних та інфінітивних комплексів забезпечує офіційність та об'єктивність ділового викладу.

Перспективи подальших розвідок у галузі граматичних особливостей передбачають дослідження ділових листів у синтаксичному контексті відповідно до їх комунікативних значень. Широке поле для досліджень відкривається також у сфері вибору синтаксичних конструкцій залежно від комунікативного наміру адресанта.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. – К., 2004. – 344с.
2. Вацлавик П., Бивин Дж., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций. – М., 2000. – 298с.

3. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. – М., 2002.
4. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 288 с.
5. Михневич А.Е., Лукашанец А.А. и др. Общество – язык – политика. – Минск, 1988. – 143с.
6. Москальская О.И. Проблемы системного описания синтаксиса. – М., 1981. – 175с.
7. Нижникова Л.В. Письмо как вид текста.: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1991. – 21с.
8. Радзівєвська Т.В. Текст як засіб комунікації. – К.: Ун-т укр. мови, 1998. – 191с.
9. Разговорова Н.Н. Лингвистические особенности делового письма.: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1983. – 20с.
10. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К., 2002.
11. Сергеева В.И. Сентенциальные единицы языка в их отношении к мышлению: Конспект лекций по спецкурсу. – Калинин, 1990. – 64с.
12. Серль Дж. Что такое речевой акт? // Зар. лингвистика. – М.: Прогресс, 1999. – С. 133-152
13. Стриженко А.А. Об особенностях организации текстов, относящихся к разным функциональным стилям. – Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. – 172 с.
14. Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики: Енциклопедичний словник. – К.: АтрЕк, 1998. – 335с.

Tetyana Skibitska

COMMUNICATIVE NATURE OF BASIC GRAMMAR UNITS IN THE TEXT OF BUSINESS LETTERS

The article deals with the basic grammar devices which contribute to the realisation of the main stylistic features characteristic of the style of business letters. The main grammar peculiarities of business letters are abundance of complex sentences, wide usage of infinitive, gerund and participle constructions, a great number of sentences in Passive Voice. The same grammar device can take part in the realisation of different stylistic features.