

Г.Х. Даутова

К ВОПРОСУ ИССЛЕДОВАНИЯ КОРПУСА ТЕКСТОВ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Деловые письма в современную эпоху остаются важным источником информации. Кроме того, они были и остаются средством документирования этой информации, так как телефон или сотовая связь, пригодные для решения оперативных вопросов, не оставляют никаких материальных следов.

При помощи деловой корреспонденции, представляющей собой письменный диалог юридических лиц, решаются важнейшие вопросы экономико-правовой деятельности организаций.

На сегодняшний день есть целый ряд факторов, который нельзя не учитывать составителям деловых писем. Внешняя среда оказывает влияние на модель деловых писем (см. рис. 1).

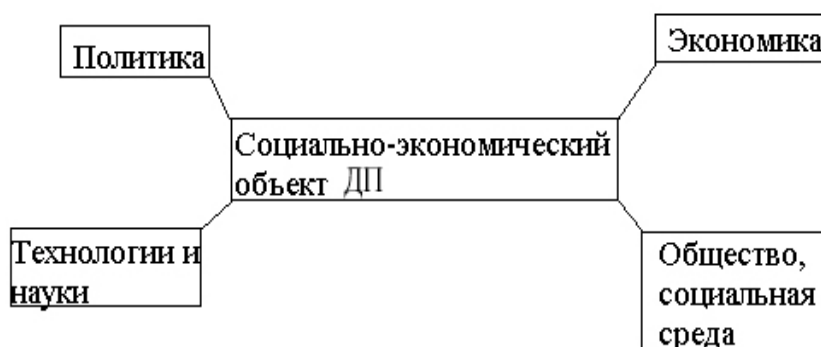


Рис. 1. Влияние внешней среды на модель делового письма (ДП)

Таким образом, ДП – обобщенное название деловых текстов, имеющих правовую значимость и характеризующихся особым способом передачи информации. Эти тексты отражают определенную производственную ситуацию и отличаются единством темы, особым графическим оформлением и композиционным постро-

ением, временной и пространственной точностью, документальностью, использованием средств речевого этикета для обеспечения адекватности восприятия содержания адресатом¹.

Необходимость изучения проблем межкультурной деловой коммуникации обусловлена быстрым ростом международных связей и естественным интересом учёных к проблемам обучения иностранному языку широкого круга специалистов (нефилологических специальностей) для решения своих профессиональных задач.

Развитие бизнеса и коммерции в последнее десятилетие XX в. в нашей стране в значительной мере изменило не только форму, но и содержание делового общения, в том числе письменного, потребовало создание новых типов деловой корреспонденции (рекламные, деловые письма, резюме, письма представления и др.), использования речевых моделей, уместных в новых ситуациях общения.

Знакомство с зарубежной школой делового письма также становится практической необходимостью. Главной особенностью русской официально-деловой письменной речи все еще остается строгая функциональность, так называемый «телеграфный стиль». В то время как в западной и американской деловой переписке к письму предъявляются те же требования, что и к разработкам рекламного характера.

В английском и русском языках существует определённая текстовая норма. Текстовая норма отражает существующее в общественном сознании отношение к документации и бюрократии.

¹ Федюрко С.Ю. Стилистические особенности русского делового письма как жанровой разновидности официально-делового стиля. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. ВГУ. Елецк, 2002. С. 10–12.

тии вообще и мнение о роли документации в жизни общества и индивида, которые различны у носителей английского и русского языков¹.

Существует, как известно, такая точка зрения, в соответствии с которой все тексты делятся на художественные и нехудожественные. В этом смысле и научный и деловой текст относятся к одному типу.

ДП – это система информационных, ценностных и культурных доминант. Различные языки имеют свои ценностно-культурологические особенности делового письма. Однако, по нашему мнению, имеется и ряд универсалий, которые можно было бы выделить на уровне коммуникативном, когнитивно-смысловом или содержательном уровнях анализа ДП.

ДП, по нашему убеждению, также представляет собой определённый тип текста, который может быть описан с точки зрения взаимодействия характеристик его внутренней и внешней структур.

Наличие устойчивых, постоянных характеристик, присущих текстам информативной литературы, делает возможным создание *единой модели*, включающей компоненты внешней и внутренней формы.

Преимущество данной модели заключается в том, что в ней учитывается не только внешняя, лингвистическая, структура, но и внутренняя, психолингвистическая, структура содержания текста.

Коммуникативный компонент модели предполагает рассмотрение коммуникативных функций, выполняемых тем или иным видом ДП, например, информирующей, активизирующей (по Л.А. Киселёвой) и их разновидностей.

Когнитивный компонент подразумевает выявление и анализ, отражённых на смысловом уровне и представленных на содержа-

¹ *Медведева В.М.* Когнитивный аспект документоведения // Слово, высказывание текстов в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Челябинск: Изд. ЧГУ, 2001. С. 58–59.

тельном уровне таких универсальных концептов, как время, пространство, действие, состояние, количество, признак, движение и др.

Выбранная нами модель анализа позволяет проследить, как воплощаются они на внешнем уровне текста письма, т.е. в таких характеристиках, как способ изложения, управляющим центром которого, как известно, может быть предмет в пространственных, временных или причинно-следственных отношениях; каковы механизмы взаимодействия четырёх компонентов нашего анализа.

Итак, мы предлагаем следующую четырёхкомпонентную модель анализа текста делового письма (рис. 2).

Доминирующая коммуникативная функция (1)	Доминирующий концепт (2)	Структура содержания (3)	Внешняя структура (4)
--	--------------------------	--------------------------	-----------------------

Рис. 2. Модель текста делового письма

Концепция четырёх или пяти элементов есть «продукт человеческой природы, которое более или менее одинаково повсеместно», и поэтому нет нужды к теории заимствования¹.

Предложенная модель может рассматриваться так же, как схема построения текста. Иными словами, она является своего рода экспликацией замысла и отчасти средством его формализации.

Таким образом, данная модель представляет собой попытку задать механизм синтеза текста ДП, с учётом содержания и внешней структуры синтезируемого текста, его коммуникативной функции и общего концепта, лежащего в его основе.

¹ *Forke A.* The Word Conception of the Chinese: Their Astronomical, Cosmological and Physicoph. S.–London, 1925. P. 244.

Система синтеза языкового сообщения должна решать следующие проблемы: какую информацию сообщить; когда и что сказать; и, наконец, какие слова и синтаксические структуры наилучшим образом выражают намерения её автора¹.

Соотношение четырёх выявленных компонентов зависит, с одной стороны, от особенностей смысла и структуры текста ДП, а с другой, – от внешних по отношению к тексту ДП обстоятельств, в числе которых выступают специфика мотивов и целей, особенности личности, система ценностей, требования культуры речевого этикета и стилистических традиций и др.

Модель состоит из четырёх основных компонентов, представленных набором параметров текста, каждый из которых распадается на ряд дополнительных, последние, в свою очередь, включают признаки дополнительные к дополнительным и т.д. Можно предположить, что между признаками четырёх основных элементов существует определённая корреляция, одни признаки влекут за собой другие.

Опираясь на богатую традицию типологических исследований, мы также в своём анализе, прежде всего, даём некоторую классификацию корпуса текстов делового письма, выявив имеющиеся типы и подтипы каждой группы на основании выполняемой коммуникативной функции.

Источником анализа текстового материала послужили различные тексты ДП производственных, торговых, коммерческих предприятий и организаций, например: Администрации города Ишимбая, ОАО «Витязь», ОАО «Курган машзавод», УГАТУ, ОАО «Аполлон» г. Ишимбай, ООО «Газ» г. Ишимбай и т.д.

Было проанализировано более 200 текстовых отрезков ДП².

¹ *Пешкова Н.П.* Типология научного текста. Психолингвистический аспект. Монография. Уфа: Изд. УГАТУ, 2002. С. 261.

² *Даутова Г.Х.* Когнитивная модель типологического анализа текста делового письма (на материале русского и английского языков). Дис. ... канд. филол. наук. УГАТУ. Уфа, 2004. С. 190.

Данная коммуникативно-функциональная классификация (табл. 1), именно данного корпуса текстов, показала нам, что каждый класс текстов ДП имеет определённый набор подклассов. Отдельные подклассы могут повторяться во всех классах, как показано выше, но в целом на уровне комбинации подклассов классы отличаются друг от друга (хотя бы одним признаком). Это можно наблюдать уже на приведённых примерах таблицы. Благодаря тому, что в наборе имеются неповторяющиеся функции, классы индивидуальны, т.е. в данный класс попадает хотя бы один текст. При более детальном рассмотрении можно наблюдать, что практически во всех текстах ДП, исследуемого нами массива, встречается подтип «поиск партнёрства или сотрудничества». Эта функция является общей для всех писем и подкласс выделяемый на её основе является самым активным.

Исходя из этого, можно с уверенностью сказать, что доминирующей коммуникативной функцией данных классов текстов ДП является подтип «поиск партнёрства или сотрудничества», связанный напрямую с коммуникативными задачами, стоящими перед авторами писем данного подкласса.

Данная классификация отражает известный в документо-ведении постулат о том, что «построить классификацию деловых писем – значит построить классификацию производственных ситуаций»¹. Анализ материала позволил прийти к заключению о доминантности того или иного из первых двух компонентов модели и корреляции с ними типологически значимых характеристик текста, принадлежащих его внутренней и внешней структуре. Сравнение индивидуальных классов ДП и их характеристик выявило в них наличие общих элементов.

Внутренняя форма является той основой, на которой строится текст и именно она организует его внешнюю форму, осуществляет связь предложений и отрезков в единое целое, влияет опре-

¹ Федюрко С.Ю. Стилистические особенности...

делённым образом на последовательность текстовых элементов. Ведущими признаками текста ДП выступают его содержательные характеристики: тип структуры содержания, пресуппозиция/импликация, развёрнутость, его связность, т.е., внутренняя форма включает в себя все содержательные характеристики. Понятие доминанты даёт нам возможность сопоставлять такие разнородные характеристики корпуса текстов, состав входящих в него текстов, их свойства, связи и отношения.

Что касается специального корпуса текстов ДП, то их доминантой служит одна или совокупность определённых целей – обучение иностранному языку. Это собрание текстов, прежде всего, интересно и полезно для изучения и исследования языков.

Таблица 1. Подтипы писем

№	Письмо	Просьба	Приглашение	Информация	Самореклама	Реклама	Уведомление	Напоминание	Ответ	Разъяснение	Привлечение внимания	Поиск партнерства/сотрудничества
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	П.-инструкция	•		•								•
2	П.-сообщение извещений		•	•			•					•
3	П.-просьба		•	•				•				•
4	П.-предложение о совместном сотрудничестве	•	•	•	•						•	•
5	П.-претензия	•					•	•	•		•	•
6	П.-напоминание									•		•
7	П.-запрос			•		•						•
8	П.-подтверждение	•		•					•			•
9	П.-приглашение	•	•	•	•							•

Таблица 1. Подтипы писем (Окончание)

№	Письмо	Отчет	Приглашение к сотрудничеству	Благодарность	Сообщение	Извинение	Решение вопроса/проблемы	Рекламация	Предложение	Установление контакта	Обращение	Инструкция	Рекомендации к поощрению	Распоряжение	Предупреждение
1	2	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
1	П.-инструкция													•	
2	П.-сообщение извещений	•	•	•									•		
3	П.-просьба								•	•	•	•			
4	П.-предложение о совместном сотрудничестве				•	•	•								
5	П.-претензия														
6	П.-напоминание														
7	П.-запрос														
8	П.-подтверждение				•										
9	П.-приглашение		•												