

Агаркова О.А., Пахомова А.П.
Оренбургский государственный университет
E-mail: agarkova1612@rambler.ru; pah83@inbox.ru

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ВЕЖЛИВОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПИСЬМЕ

Настоящая статья посвящена исследованию категории вежливости в деловом письменном общении с точки зрения прагматики. Авторы статьи устанавливают взаимосвязь категории вежливости с единицами речевого этикета, грамматическими категориями, речевыми актами и модальными словами. Исследование позволяет выделить в текстах информационных писем такие единицы вежливости как: номинативные аппелятивы, пассивные конструкции, императивы, декларативы и модальные слова. Использование данных единиц способствуют реализации как стратегий вежливости, так и воздействующей, регулятивной, гармонизирующей и презентационной функций в деловом письменном общении. Установлено, что наиболее частотные формулы речевого этикета, функционирующие в речевых актах приветствия, приглашения, просьбы, прощения. Определены грамматические категории глагола, которые использует адресат для более эффективного воздействия на адресанта, а также единицы модальности, помогающие избежать прямого волеизъявления адресанта, что является одной из стратегий вежливости.

Ключевые слова: прагматический аспект, категория вежливости, просьба, обращение, императив, декларатив, модальность, информационное письмо.

В административном подстиле официально-делового стиля особое место занимают служебные письма, представляющие собой обобщенное название большой группы управленческих документов, которые служат средством общения с учреждениями и частными лицами, сообщения чего-нибудь, уведомления о чем-нибудь [2, п.3.20], [6, с. 35]. Объектом нашего исследования стало информационное письмо, функция которого заключается в сообщении адресату о каком-либо факте или мероприятии. Нами были проанализированы письма, информирующие о проведении научных конференций по филологии. На примере информационных писем выявим прагматические аспекты реализации категории вежливости в данном жанре.

По мнению Н.А. Карабань, «вежливость представляет собой коммуникативную категорию, которая регулирует процесс общения и способствует созданию доброжелательных, гармоничных отношений между участниками коммуникации» [4, с. 7].

Вежливость – это не столько свойство языковых единиц, это стратегический принцип поведения говорящего, осуществляющего выбор языковых средств в соответствии с коммуникативной ситуацией, что свидетельствует о коммуникативной компетенции говорящего, так как подлинное владение языком «заключается в умении сказать так, как принято в определенных типичных условиях» [7, с. 92].

Л.Э. Безменова отмечает, что «степень детерминированности речевого поведения адре-

санта зависит от степени стандартизованности того или иного речевого акта, той или иной ситуации общения» [1, с. 184].

Использованию категории вежливости в деловом письменном общении способствует ряд функций. Первой функцией является воздействующая, которая отвечает за успешную реализацию коммуникативных намерений. Далее следует сказать о регулятивной функции, цель которой – создание, поддержание и сохранение социального равновесия и партнёрских отношений. За выбор необходимой тональности высказывания и снижение степени категоричности отвечает гармонизирующая функция. Важную роль в настоящее время играет создание имиджа, самопрезентация адресанта как воспитанного человека, что проявляется в презентационной функции.

Согласно структуре письма могут быть простыми или сложными. Исследуемые нами тексты писем состоят из вступления, основной части и заключения, что свидетельствует об их сложной в композиционном плане структуре.

В водной части письма дается обоснование вопроса. Особая роль при составлении делового письма отводится вежливым средствам начала и размыкания контакта. Часть проанализированных информационных писем включает в свою структуру речевой акт приветствия для установления контакта. Как правило, используется нейтральная формула «здравствуйте». Зафиксированные нами формулы приветствия (Здравствуйте, Агаркова О.А.!, Здрав-

ствуйте, уважаемые коллеги!) состоят из двух частей: непосредственной формулы приветствия (Здравствуйте) и обращения (Агаркова О.А., уважаемые коллеги).

Обращение связано с речевым этикетом и с категорией вежливости. Формулы обращения содержат в себе информацию о социально-ролевых отношениях между коммуникантами и о системе вежливости. В исследуемых примерах функционируют официальные обращения к знакомому (Здравствуйте, Агаркова О.А., Уважаемая Ольга Анатольевна!) и незнакомому (Здравствуйте, уважаемые коллеги!, Уважаемые коллеги!) адресатам. Из примеров видно, что единицы вежливости могут включать в себя формулы как двух речевых актов: приветствия и обращения, так и одного обращения.

В обращении к знакомому используется фамилия с инициалами (Агаркова О.А.), что характерно для русской деловой корреспонденции, также обращение по имени-отчеству (Ольга Анатольевна), что свойственно как официальному, так и нейтральному стилям.

В рассматриваемых информационных письмах, в качестве обращения к незнакомому, в роли этикетной формулы функционирует номинативный апеллатив (в нашем случае это определение «уважаемые» с существительным «коллеги») при обращении к группе адресатов: Уважаемые коллеги! Подобные формулы речевого этикета, характерные для русской деловой коммуникации, образуются от наименования лиц, объединенных какой-либо деятельностью или ситуацией.

В деловой корреспонденции используют форму изложения текста от первого лица множественного числа (Приглашаем (Вас) принять участие в конференции Предлагаем Вам познакомиться с конференциями Предлагаем вам ознакомиться с информацией ...), поскольку ответственное лицо, подписавшее письмо, выступает от имени организации.

В оформлении информационного письма форма изложения текста может быть и от третьего лица единственного числа: «Институт филологии и межкультурной коммуникации Волгоградского государственного университета на базе кафедры профессиональной иноязычной коммуникации приглашает вас принять участие ...».

Как видно из примеров, информационные письма содержат в себе элементы письма-при-

глашения, для которого характерно наличие реплик: «приглашаем Вас» или «просим Вас принять участие». Такая единица вежливости как «предлагаем Вам (вам)», также входящая в структуру информационного письма, свойственна письму-предложению. Последнее направляют нескольким корреспондентам или одному, что становится ясным при выборе местоименной формы обращения «вы/Вы», «прагматическая функция которого состоит в том, что это местоимение является маркером неравенства и дистантности» [5, с. 166].

В случае, когда письмо адресовано конкретному человеку авторы часто прибегают к использованию местоимения «Вы»: Предлагаем Вам познакомиться Мы впервые объединили формы участия в конференциях, чтобы Вы могли выбрать то, что нужно Вам сейчас Подробности Вы можете Когда в роли обращения выступает номинативный апеллатив (в наших примерах это «уважаемые коллеги»), то в тексте письма встречаем прямые номинативы: Участник конференции Автор может

В рассматриваемых нами письмах можно встретить изменение схемы построения, где за вступлением вместо основной части идет заключение, что связано с целью авторов – привлечь большую аудиторию к участию в конференции. Цели заключительной части письма излагаются кратко и ясно с четкой формулировкой.

В основной части излагается существо вопроса, где используются единицы вежливости, призванные снизить степень категоричности, присущей официальным письмам. Грамматические категории глагола (время, залог, лицо и число) применяются в прагматическом аспекте с целью смягчения высказывания. В анализируемых информационных письмах встречаются пассивные глагольные конструкции с постфиксом –ся, употребляющиеся в форме третьего лица единственного и множественного числа: работа конференции планируется ..., материалы предоставляются в электронном виде ..., при наличии неполной страницы плата взимается..., ...обычным шрифтом прописными буквами указываются..., ... по центру даётся..., через строчку от аннотации помещается ..., ссылки на литературу по тексту статьи указываются ..., автору направляется ..., автору высылаются ..., неоплаченные статьи исключаются ...,

выпуск сборника планируется ..., рассылка авторских экземпляров состоится ..., сборнику присваивается ..., осуществляется отправка.

Согласимся с Т.В. Лариной, что «пассивный залог позволяет реализовать такую стратегию вежливости, как «вывод адресата из дискурса», что является важным средством сохранения лица» [5, с. 170]. В рассматриваемых примерах пассивная конструкция позволяет представить ожидаемое действие как общепринятое правило, а не как его обязанность. Благодаря этому запрет и долженствование передаются косвенно, а адресант избегает прямого давления на адресата.

В данной части письма к единицам вежливости относятся также модальные слова или показатели деонтической необходимости: должен, необходимо, следует: оплата статей зарубежных авторов должна осуществляться в рублях, для участия в работе конференции необходимо в срок ..., список использованной литературы следует приводить ..., в списке литературы для всех источников необходимо указать ..., оплату необходимо произвести ..., авторам необходимо оплатить... .

Единицы модальности выступают как важнейшее средство языка, которое помогает достичь следующих стратегических целей: избежать прямого волеизъявления адресанта, передать его в косвенной форме.

С прагматической точки зрения рассмотренные выше модальные слова выполняют функцию смягчения речевых актов, таящих в себе угрозу вторжения в зону независимости адресата и угрожающих лицу, как адресата, так и адресанта.

Информационные письма могут содержать в себе элементы письма-уведомления, которое представляет ценность для адресата. Графически абзацы, содержащие подобную информацию, выделяются авторами в основном тексте письма, что привлекает внимание и оказывает определенное воздействие на адресата. Приведем пример: Статьи, превышающие объявленный объём, редколлегия сборника не рассматривает и не принимает к печати. Редколлегия сборника просит авторов заполнять последнюю страницу текстом полностью. При наличии неполной страницы плата взимается как за полную страницу текста.

О выходе сборника из печати и о рассылке авторских экземпляров оргкомитет всегда опо-

вещает авторов заранее. Если по каким-то причинам автор не получает свой экземпляр и его возвращают адресанту (в ВолГУ), то повторная рассылка может осуществляться только при повторной оплате автором пересылки.

Оргкомитет оставляет за собой право отклонить материалы, не соответствующие проблематике конференции и требованиям, предъявляемым к оформлению научной статьи.

Анализируя информационное письмо, необходимо отметить использование авторами такого побудительного речевого акта, как просьба, с целью реализации прагматических аспектов вежливости. Как отмечает Т.В. Ларина, «просьба представляет собой действие, совершаемое адресантом в интересах адресата, при этом у исполнителя действия есть свобода выбора относительно того, совершать это действие или нет (т. е. имеется прагматическая опция)» [5, с. 186].

Многие исследователи отмечают, что для русского языка характерен достаточно разнообразный спектр моделей, отвечающих за обслуживание речевого акта просьбы. Данному речевому акту свойственно прямое и косвенное выражение с применением императивных, декларативных, вопросительных и развернутых высказываний. Основным способом выражения просьбы для русской лингвокультурной общности является императив. Согласно Н.И. Формановской, «Императивное высказывание, центр которого составляет повелительное наклонение глагола – наиболее частотное воплощение просьбы. Просьба, выраженная в общении императивно, может пониматься адресатом как некоторая степень вежливости, внимания, мягкости или требовательности, проявленных к нему» [8, с. 204]. Отсюда следует сделать вывод, что императивная просьба в русском языке может иметь разную иллокутивную силу в зависимости от многих факторов, как лингвистических, так и паралингвистических и экстралингвистических.

В рассматриваемом примере: (В течение пяти дней со дня поступления заявки и материалов для публикации в сборнике автору направляется уведомление об их получении. Если этого не произойдет, повторите отправку материалов ... просьба выражается императивно с использованием повелительного наклонения глагола «повторить». Категоричность высказыва-

ния в данном случае снижается не за счет маркера вежливости «пожалуйста», который наделен особым прагматическим значением, и часто сопутствует императиву, а за счет условного придаточного предложения.

В следующих двух выражениях просьбы используется сложный по семантической структуре перформативный глагол «просить»: Редколлегия сборника просит авторов ... Убедительно просим Вас отправить ... Подобного рода прямые декларативные высказывания являются широко употребляемыми в русской коммуникации. По мнению А. Зализняк, «произнося слово прошу, говорящий ставит себя не выше адресата, а, напротив, ниже, независимо от реальной иерархии их статусов. В результате настойчивое апеллирование к адресату не воспринимается как нарушение этикетных норм, а напротив повышает степень вежливости» [3, с. 283–284].

В одном из примеров используется интенсификатор просьбы: Убедительно просим Вас отправить ... Повышенная степень вежливости свойственна подобным высказываниям русского языка, что допускает в русской культуре применение интенсификаторов для усиления просьбы. Согласно Н.И. Формановской, «в том или ином контексте глагол «просить» может приобрести дополнительные оттенки официальности, категоричности, «холодности» [8, с. 204]. В сочетании с интенсификатором «убедительно» просьба, выраженная данным глаголом, приобретает оттенок требования.

Особая роль при составлении делового письма отводится не только вежливым средствам начала контакта, но и этикетным формулам размыкания контакта. Основной целью данных формул является демонстрация внимания, взаимного расположения, доброжелательного отношения, заинтересованности в продолжении контактов. Посредством формул прощания реализуются стратегии вежливости.

В проанализированных информационных письмах наиболее часто употребляется конструкция: вежливая формула «с уважением» в сочетании с: 1) наименованием должности адресанта, его фамилией, именем и отчеством или инициалами: С уважением, кандидат филологических наук, директор Издательства Метеор-Сити Обжорин Алексей Михайлович; С уважением, главный редактор С. А. Мосиенко; 2) на-

именованием организации, отправившей письмо: С уважением, администрация портала научных конференций. С уважением, Rusnauka.

В ряде информационных писем для размыкания контакта используются клише, характерные для деловых писем. Контактная информация помещается в конце письма без использования этикетных формул: 1) фамилия, имя, отчество ответственного лица, наименование организации, телефон, факс, электронный адрес; 2) адрес организации, полное наименование организации, телефон, список ответственных лиц, включающий в себя фамилию, имя, отчество и наименование должности адресанта. Предоставление данной информации способствует реализации намерения продолжения контактов, которое является одной из стратегий вежливости.

Итак, рассмотрев информационные письма, можно сделать вывод, что вежливость неразрывно связана с речевым этикетом. Категории вежливости в данном жанре отводятся важная роль. Положительный эффект, с точки зрения прагматики, создают инициальная часть-приветствие и финальная часть-прощание, являющиеся облигаторными, как в простых, так и в сложных в композиционном плане письмах. Этикетные формулы и клише инициальной и финальной частей письма воздействуют на эмоциональную сферу адресанта и способствуют формированию в его сознании положительного образа организации, отправившей письмо.

Единицы вежливости гармонизируют деловую переписку, подчеркивая уважительное отношение к адресату, имплицитно воздействуют на него. Среди единиц вежливости, функционирующих в информационном письме, нами были выделены: номинативные аппелятивы, пассивные конструкции, императивы, декларативы и модальные слова. Уместное использование перечисленных выше единиц вежливости позволяет информационному письму выполнять дополнительную функцию – презентовать организацию-отправителя, привлекая тем самым к сотрудничеству большую аудиторию. Таким образом, в деловом письменном общении реализуются воздействующая, регулятивная, гармонизирующая и презентационная функции.

10.10.2014

Список литературы:

1. Безменова, Л.Э. Принцип вежливости в комплиментарных высказываниях / Л.Э. Безменова // Качество профессионального образования: новые приоритеты, системы оценки: материалы XXVI науч. конф. Оренбург, 7-8 апр. 2004 г. Ч. 1: секции факультета иностранных языков. – Оренбург: Издательство ОГПУ, 2004. – С. 180–187.
2. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. – Введ. 2003-07-01. – М.: Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2003. – Пункт 3.20.
3. Зализняк, А.А. Заметки о словах: общение, отношение, просьба, чувства, эмоции / А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев // Ключевые идеи русской языковой картины мира: сб. ст. – М.: Языки слав. культуры, 2005. – С. 280–288.
4. Карабань, Н.А. Коммуникативно-прагматические аспекты реализации категории вежливости в официально-деловом стиле русского языка: Автореф. дис. канд. филол. наук / Н.А. Карабань. – Волгоград, 2006. – 24 с.
5. Ларина, Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т.В. Ларина. – М.: Рукописные памятники Древней Руси. – 2009. – 516 с.
6. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов: Методические рекомендации по внедрению ГОСТ Р 6.30-2003 / Росархив; ВНИИДАД; Сост.: М.Л. Гавлин, А.С. Красавин, Л.В. Кузнецов и др.; Общ. ред. М.В. Ларин, А.Н. Сокова. – М., 2003. – 90 с.
7. Серебренников, Б.А. К проблеме сущности языка / Б.А. Серебренников // Общее языкознание: Формы существования, функции, история языка. – М.: Наука, 1970. – 604 с.
8. Формановская, Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения / Н.И. Формановская. – М.: Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина; ИКАР, 1998. – 294 с.

Сведения об авторах:

Агаркова Ольга Анатольевна, доцент кафедры романской филологии и методики преподавания французского языка Оренбургского государственного университета, кандидат филологических наук
460018 г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 4108, e-mail: agarkova1612@rambler.ru

Пахомова Анна Петровна, магистрант кафедры романской филологии и методики преподавания французского языка Оренбургского государственного университета
460018 г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 4106, e-mail: pah83@inbox.ru