

## КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ

Комунікація – це не просто обмін інформацією між людьми, але також і взаємодія людей на найрізноманітніших міжособистісних та соціальних рівнях. Комуникант є найважливішою складовою будь-якого дискурсу, особливо ділового, особистістю із притаманною лише їй структурою свідомості.

В. фон Гумбольт вказував на те, що завдяки комунікації можна пояснити „будь-які усвідомлені чи неусвідомлені, правомірні чи неправомірні зміни поведінки, за допомогою яких людина навмисне чи ненавмисне впливає на відчуття, почуття, афекти, думки або вчинки інших людей” [1, с. 97]. „Встановлення та ведення ділового листування передбачає обмін комунікативними діями. Комунікація на рівні ділових листів чітко проявляє специфічну форму соціальних стосунків. Комунікативний зв'язок ґрунтується на намірі, очікуванні відправника та одержувача, які є комунікативними партнерами” [7, с. 62].

**Мета** статті полягає у виявленні комунікативно-прагматичних характеристик ділового листування англійською мовою.

Початок письмового ділового спілкування закладається стимулюючим комунікативним актом, який, вимагаючи вербальної реакції від адресата, може також ініціювати і його невербальну діяльність або ж спільну діяльність комуникантів. Мовленнєвою реалізацією такого акту буде перформативне висловлювання (прохання, запрошення, пропозиція) із супутніми іншими висловлюваннями-поясненнями, описом стану справ.

У сфері циркуляції ділових документів учасники комунікації виступають як партнери в діловому спілкуванні, закони й правила якого характеризуються імперативністю, а відхилення від них розцінюється як серйозні комунікативні помилки [4]. Відхилення від моделі ділового листування можуть спричинити серйозні наслідки для подальшого протікання комунікативного процесу. Облігаторність комунікативних кроків в окремому інтерактивному ланцюжку створює комунікативний контакт високого рівня. Учасники ділового спілкування є носіями взаємних зобов'язань до закінчення певного циклу. У цьому типі спілкування комуниканти моделюються як ділові партнери, які виступають у конкретних соціальних ролях незалежно від своїх особистісних характеристик. Загальний модус комунікації – серйозний, він робить недоречними жарти, дотепи комуникантів [4].

Розвиток ділової комунікації здійснюється за допомогою більшої чи меншої кількості кроків, і комунікація вичерпує себе прийняттям певного рішення. Привід для цієї комунікації зникає і вона завершується. Тому ділова комунікація є скінченною, при її завершенні дія взаємних зобов'язань партнерів припиняється, відбувається розрив комунікативного контакту.

Таким чином, ми можемо виділити такі основні риси ділового спілкування:

1. наявність ініціального моменту – стимулюючого комунікативного акту;
2. скінченність, вичерпність спілкування із виконанням цільового завдання;
3. конвенціональність ролей комуникантів;
4. серйозність загального модусу комунікації.

Ці риси ділового типу спілкування знаходять відображення у тексті ділового листа, який реалізовує його. Завдання кожного ділового листа розраховане на перспективу. Цю орієнтацію на задану перспективу Т. М. Дрідзе називає „надзавданням інформаційного тексту” [2, с. 151]. Для вирішення будь-якого (над)завдання необхідною є підготовка, яка полягає в попередньому обмірковуванні, плануванні та організації мовного матеріалу. Врахування цих трьох аспектів допомагає адресанту ефективно висловити свої думки при складанні ділового листа.

Специфікою комуникантів в діловому листуванні є те, що вони діють як представники певної організації, а не як окремі особистості від свого імені. Однак особистість комуниканта не є абстрактним, середнім еталонним носієм мови, це конкретний індивідуум, який формулює мету, план мовленнєвих дій, поведінку в дискурсі, контролює та коректує його. Комунікативний партнер характеризується суспільним становищем, тобто приналежністю до певних соціальних груп, світоглядною позицією, освітою, досвідом, а також індивідуальними інтересами та нахилами [6, с. 65].

Ступінь прагматичної спрямованості ділової кореспонденції залежить від ступеня активності адресанта в презентації своєї фірми, а з точки зору психолінгвістики – його здатності „активно будувати та перебудовувати схеми зовнішньої дії відповідно до будь-якого нового збігу обставин” [3, с. 37]. Чим вищою є інформативність ділового листа, тим більше проявляється його прагматична спрямованість, комунікативний намір адресанта. Функція адресата зводиться до сприйняття та інтерпретації інформації. „Комунікативна діяльність адресата виражається головним чином в тому, що у зв'язку з дією випереджуючого відображення адресат суттєво та конструктивно впливає на адресанта та мовну організацію тексту” [5, с. 38].

Таким чином, основними чинниками аналізу діяльності учасників ділового листування є соціальні ролі адресанта і адресата, їх належність до мовного середовища та відношення до предмету комунікації (професійна компетенція). Специфікою комуникантів в процесі ділового листування є їх соціалізація. Правильна

оцінка взаємовідносин з адресатом впливає на реалізацію експресивного плану тексту, який, в свою чергу, обумовлює якість та вибірковість сприйняття, сприяє прискоренню, поглибленню та розширенню розуміння тексту реципієнтом.[6, с. 66].

Згідно з теорією комунікації, Кучер Т. І. членує текст ділового листа на ряд функціонально-відмінних комунікативних блоків, які, на її думку, є універсальними для обох мов [4]:

1. Блок звертання і привітання, де вибір мовних засобів залежить від соціального статусу партнерів по листуванню (5-10% від загального обсягу).

2. Блок посилення на попереднє листування (10%).

3. Блок основного повідомлення, де формулюється головна теза листа, яка відображає інтенцію автора повідомлення (60%).

4. Блок спонукання до подальшої комунікації (10%).

5. Блок етикетних формулювань та підпису (5-10%).

Кожен з блоків виконує в тексті свою комунікативну функцію і водночас слугує досягненню загальної комунікативної мети всього мовленнєвого твору. Розглянемо особливості кожного блоку.

Перший комунікативний блок складають формули звертання. При їх зовнішній структурній подібності спостерігаються й розбіжності. Це стосується вживання ім'я та по батькові в українському тексті. Відзначено, що англійський діловий лист має більший арсенал форм привітань, які забезпечують адресанта засобами вираження соціально-рольових відношень в рамках комунікативного акту у сфері ділового спілкування. При перекладі даного блоку еквівалентність досягається шляхом добору в українській мові функціональних відповідників, зумовлених загальнокультурним контекстом та мовною нормою. Наприклад.: *Dear Sir – Шановний пане.*

Наявність блоку посилення на попереднє листування у діловому листі обома мовами є додатковою і визначається ситуацією спілкування, яка є стимулом до складання листа. Еквівалентний переклад цієї частини ділового листа українською мовою забезпечується вживанням постійних відповідників, наприклад: *In reply to your enquiry of ... – У відповідь на Ваш запит від...; The delay was due to the fact that... – Затримка виникла через те, що....*

Блок основного повідомлення складається із низки підтем, що мають універсальний характер і виділені в окремі абзаци. Їх сукупність формує головну тему ділового листа. Текст листа як українською, так і англійською мовами має високий ступінь членування на абзаци. В усіх випадках графічність абзацу виступає як важливий засіб привернення уваги читача та опосередкованого впливу на адресата, тому еквівалентне відтворення його структури гарантує його адекватне сприйняття.

Блок спонукання до подальшої комунікації може бути автономним/неавтономним у графічному оформленні тексту листа англійською і українською мовами. Він може в якості компонента складносурядного речення входити до основного комунікативного блоку або як відокремлена обставина, чи дієприкметниковий зворот бути частиною блоку, де містяться стереотипні запевнення в повазі, дружбі тощо.

П'ятий комунікативний блок складають етикетні формулювання подяки, запевнення в дружніх почуттях та підпис. Виявлено, що англійський діловий лист характеризується більшим розмаїттям етикетних фраз, ніж український. При перекладі заключної частини листа досягнення еквівалентності пов'язано з об'єктивними втратами, що продиктовані культурно-мовними традиціями. Вивчення блоку етикетних формулювань показало, що реалізація принципу ввічливості є інтенсивнішою у англійському діловому листі. Наприклад, *Yours faithfully, Yours sincerely, Yours truly, Very truly yours – Щиро Ваш(а).*

Провівши дане дослідження, ми з'ясували, що в основу прагматичних характеристик текстів ділової кореспонденції покладено аналіз не внутрішньої структури мови, а її комунікативний аспект, спрямований на досягнення поставленої мети.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гумбольдт В., фон. Избранные труды по языкознанию: пер. с нем. под ред., с предисл. Г.В. Рамишвили / Гумбольдт В., фон. – М.: Прогресс, 1984. – 397с.
2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии / Дридзе Т. М. – М., 1984.
3. Ильенков Э.В. Диалектическая логика / Э. В. Ильенков // Очерки по истории и теории. – М.: Наука, 1994. – С. 35–57.
4. Кучер Т. І. Комунікативно-прагматичні особливості ділової кореспонденції. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/4\\_SVMN\\_2007/Philologia/19094.doc.htm](http://www.rusnauka.com/4_SVMN_2007/Philologia/19094.doc.htm)
5. Сидоров Е.В. Проблемы речевой системности / Сидоров Е.В. – М.: Наука, 1987. – 139с.
6. Скібіцька Т. В. Роль комунікантів у процесі ділового листування / Т. В. Скібіцька // Матеріали четвертої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції "Актуальні проблеми сучасної науки" Інституту наукового прогнозування Кримського інституту економіки та господарського права (Севастопольська філія) ТОВ "ТК Меганом". – К, 2007. – С. 64–66.
7. Hoffmann L. Der Fachtext als strukturierte und funktionale Ganzheit / L. Hoffmann // Fachsprachen, Instrument und Objekt. – Leipzig, 1987. – S. 49–63.