

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Городникова, М. Д. Немецко-русский словарь речевого общения / М. Д. Городникова, Д. О. Добровольский. – М. : «Русский язык», 1998. – 332 с.
2. Леонтович, О. А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию : учеб. пособие / О.А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2003. – 399 с.

Н.Н. ЖИХОВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина (Беларусь)

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА КАК ОДНОЙ ИЗ ФОРМ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В связи с постоянно расширяющимся международным обменом в разных сферах профессиональной деятельности особую актуальность приобретают вопросы межкультурной коммуникации, в рамках которой осуществляется деловое письменное общение. Для эффективности этого общения особую важность приобретает способность коммуникантов – представителей разных социумов – устанавливать и развивать письменные деловые контакты. В связи с этим в лингводидактической науке отмечается повышенный интерес к исследованию процесса обучения деловой письменной речи в целях эффективности формирования профессиональной компетентности специалистов-лингвистов.

Приоритет письменной формы деловой коммуникации обусловлен рядом факторов, среди которых выделяются культурно-исторические традиции, увеличение объема информации, ускоренное развитие компьютерной связи. Это повышает социальный престиж овладения иноязычным деловым письмом, расширяет сферу его использования на межкультурном уровне взаимодействия представителей разных лингвосоциокультурных сообществ.

Функции деловой письменной коммуникации, с одной стороны, во многом едины с функциями делового устного общения. К общим для устного и письменного делового межкультурного общения относятся функции понимания, воздействия на адресата, управления, самопрезентации и контактоустанавливающая функция (Г.М. Андреева, С.В. Бориснев, А.А. Журавлев). С другой стороны, письменная форма деловой межкультурной коммуникации отличается особой, свойственной только ей функциональной направленностью. К функциям деловой письменной коммуникации относятся функция фиксации и хранения информации, т.е. деловое письмо способно как непосредственно передавать информацию на расстоянии, так и хранить ее. Функция поддержки устного общения свидетельствует о способности делового письма планировать, отбирать, оформлять необходимую информацию при подготовке к устному общению.

Основная единица деловой письменной коммуникации – текст делового письма. Современный подход к анализу текста предусматривает его исследование с позиций выявления специфики текста как продукта речевой деятельности и текста как дискурса (Н.Д. Арутюнова, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова). Деловое письмо квалифицируется, с одной стороны, как деловой текст (как продукт письменной деятельности в деловой сфере коммуникации), с другой стороны, как форма делового письменного дискурса (как процесс реализации письменной деловой коммуникации).

Деловое письмо обладает рядом особых параметров. К характеристикам делового письма относятся: связность, цельность, логичность, адресованность, точность, информативность, лаконичность (М.М. Исупова, А.А. Казанцева, Е.В. Ковшикова). Владение деловой письменной речью предполагает знание лексико-грамматических и стилистических особенностей делового письма, умение последовательно излагать информацию, аргументировать свои утверждения, сохранять однородность стиля и четкость структуры. Текст делового письма предписывает тому, кому он адресован, определенные правила поведения. Из этого следует повышенное требование точности формулировок, не допускающей толкования.

Стилистической особенностью деловых текстов является то, что в центре внимания в них находится суть дела, а не личная оценка происходящего. Они пишутся в довольно сухом стиле, как правило, в лаконичной форме и нейтральным языком, хотя встречаются слова с оценочными суффиксами, глаголы, передающие состояние автора. Малоинформативные *ich glaube, meine, denke* и др. не вполне избыточны, поскольку, подчеркивая субъективность суждений, они придают сообщаемому ненавязчивый характер, осторожность, повышенную ответственность перед собеседником за возможную несто процентную объективность своих слов.

Для делового письма характерно использование средств подчеркивания вежливости. Это могут быть грамматические средства, например, форма условного предложения с конъюнктивом с целью смягчить категоричность. Усиление степени вежливости достигается дополнением к грамматическим средствам соответствующей лексики: *bitte, nett, freundlich*. В деловой корреспонденции предпочтение отдается активному залогу, он оживляет стиль письма и поэтому предпочтительней. Однако это не означает, что пассивный залог абсолютно неприемлем. Пассивный залог предпочтительней, когда, например, нежелательно напрямую сказать своему адресату, что он не прав. Ср.: „*Sie haben uns falsch informiert*“ – „*Wir wurden falsch informiert*“.

При создании текста делового письма на немецком языке следует обращать также внимание на соединительные средства связи и деление на абзацы, соответствующие разным смысловым частям.

Таким образом, текст делового письма имеет специфические особенности и его качество зависит от степени учета этих особенностей.