

УДК 81.44

ББК 81.471.1

В932

Е. В. Высоких
г. Иркутск, Россия

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЖАНРА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье демонстрируется национально-культурная специфика жанров в профессиональной коммуникации на основе сопоставительного анализа таких жанров как «коммерческое письмо», «служебная записка», «приказ» в русской и французской культурах.

Ключевые слова: профессиональная коммуникация, жанры, коммерческое письмо, служебная записка, национально-культурная специфика.

E. V. Vysokikh
Irkutsk, Russia

NATIONAL AND CULTURAL GENRE SPECIFICITY IN PROFESSIONAL COMMUNICATION

The article highlights national and cultural genre specificity in professional communication based on comparative analysis of different genres such as “business letter”, “office memo” and “order” in Russian and French cultures.

Key words: professional communication, genres, business letter, office memo, national and cultural specificity.

Развитие рыночной экономики в России, глобализация привели к значительному увеличению профессиональных контактов в самых различных отраслях экономической деятельности и, как следствие, возрастанию интереса к

профессиональной сфере общения в научных исследованиях. Несколько лет назад термин «профессиональная коммуникация» можно было встретить по ссылкам в интернете чаще всего в контексте «переводчик в сфере профессиональной коммуникации», как дополнительная квалификация, присваиваемая выпускникам в соответствии с Приказом Министерства общего и профессионального образования Российской Федерации от 4 июля 1997 г. Сегодня эта проблема привлекает все больше исследователей [Голованова, 2013; Каптерев, 2010; Куликова, 2013 и др.]. Но, несмотря на это, многие проблемы профессиональной коммуникации по-прежнему остаются неизученными.

В данной статье нам хотелось бы уделить внимание проблеме жанров в профессиональной коммуникации, под которой мы понимаем процесс прямого или опосредованного теми или иными средствами вербального взаимодействия между людьми с целью обмена профессиональными знаниями, информацией, опытом, или для осуществления совместной профессиональной деятельности.

По известному определению М. М. Бахтина, речевые жанры – это «определенные, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [Бахтин, 1996, с. 165].

М. М. Бахтин придавал огромное значение изучению речевых жанров, т. к. считал, что «говорящему даны не только обязательные для него формы общенародного языка (словарный состав и грамматический строй), но и обязательные для него формы высказывания, то есть речевые жанры; эти последние также необходимы для взаимного понимания, как и формы языка. Речевые жанры, по сравнению с формами языка, гораздо более изменчивы, гибки, пластичны, но для говорящего индивидуума они имеют нормативное значение, не создаются им, а даны ему» [Там же, с. 187]. При этом высказывания, а вместе с этим и жанры как их типы, Бахтин понимал крайне широко, относя к ним и однословную реплику, и большой роман. Бахтин же ввёл понятие первичных (простых) и вторичных (сложных) речевых жанров, к первым относя «жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения», а ко вторым, жанры, возникающие «в условиях более сложного и относительно высокоразвитого и ор-

ганизованного культурного общения (преимущественно письменного). В процессе своего формирования вторичные жанры вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры» [Там же, с. 162].

Наша позиция в понимании жанра близка к интерпретации К. А. Долинина, который считает, что в основе РЖ лежат устойчивые, типичные комбинации определенных значений параметров коммуникативной ситуации и рассматривает речевой жанр как средство организации социального взаимодействия, выполняющее ряд важных функций: 1) ориентировка адресата в речевом событии через активацию соответствующего сценария и включение соответствующей установки; 2) руководство в речевом поведении для адресанта; 3) установление правил игры: выстраивая свою речь по правилам определенного жанра, говорящий манифестирует себя как носителя определенного статуса и исполнителя некоторой роли, то есть выбор речевого жанра в определенной мере характеризует субъекта; 4) сплочение индивидов в рамках социума («обручи на бочке»): для успешной интеграции в социуме необходимо владеть не только соответствующим языком, но и общепринятыми правилами речевого поведения [Долинин, 1999].

К. Ф. Седов считает, что «с психолингвистической точки зрения жанры общения не являются внешним условием коммуникации, которые говорящий / пишущий должен соблюдать в своей речевой деятельности. Они присутствуют в сознании языковой личности в виде готовых сценариев, фреймов, влияющих на процесс разворачивания мысли в слово. При этом в ходе формирования дискурса уже на стадии возникновения коммуникативного намерения (следующей после появления мотива речи) говорящий ориентируется на ту или иную социально-коммуникативную ситуацию (ситуацию болтовни или разговора по душам, комплимента или ссоры, светского общения или публичного выступления и т. д.), на ту или иную модальность общения (конфликтную, центрированную, кооперативную). Именно на этом этапе у говорящего появляется – пока еще смутная – общая цель (интенция, иллокуция) высказывания» [Седов, с. 40].

Проблема жанров обсуждалась традиционно, скорее, в художественной литературе, чем в профессиональной коммуникации и, казалось бы, жанр в каждой отрасли знания должен обладать скорее универсальностью, чем национально-культурной спецификой. Ведь, если исходить из типологии жанров в художественной литературе, то в любой национальной литературе есть такие жанры как роман, ода, поэма и т. д. Так же как в профессиональной коммуникации любой современной культуры, существуют такие жанры как: деловое письмо, договор, научный доклад, инструкция по использованию бытового прибора и т. д. Тем не менее, несмотря на универсальность самого жанра, можно утверждать о существовании национально-культурных особенностей. Покажем это на примере такого жанра как деловое письмо в русской и французской культурах.

Деловое или коммерческое письмо – это документ, выполненный в официально-деловом стиле и имеющий юридическую силу. Однако стоит отметить, что по сравнению с русской деловой культурой деловое письмо во французской культуре обладает большей **регламентированностью**, т. к. презентация письма на странице определяется нормами AFNOR (международная организация французского происхождения, занимающаяся сертификацией, стандартизацией, изданием стандартов и обучением). Нельзя сказать, что все участники профессиональной коммуникации всегда соблюдают все нормы, но, тем не менее, во французском деловом письме чётко выделяются 5 зон [De Lavergne, 2010, с. 2].

В первой зоне находится бланк предприятия. Зона содержит реквизиты отправителя, юридический тип предприятия, почтовый адрес и расположена либо в правом верхнем углу, либо посередине листа. Вторая зона находится чуть ниже справа и включает дополнительную информацию об отправителе, например логотип. Слева, в третьей зоне, должны находиться наименование и адрес получателя. В четвёртой зоне расположены реквизиты письма (*nos références, vos références*), цель письма (*objet de la lettre*), документы, прилагаемые к письму (*pièces jointes*) и текст письма. Тексту письма, справа, предшествует город, где написано письмо и дата: *Irkoutsk, le 12 décembre*. Наконец, в пятой зоне, внизу страницы находятся дополнительные данные об отправителе: *code NAF* (код

присваиваемый предприятию Национальным институтом статистики и экономических исследований в зависимости от основного вида деятельности), code APE (код основного вида деятельности), SIRET (идентификационный номер предприятия), RCS (регистрационный номер предприятия в реестре юридических лиц) и т. д., например:

Jeveilleaugrain – EURL au capital de 10 000 Euros RCS: 402639854 SIRET:

40263985400017 APE: 5911B

ZA la Griffre du Lion - 46 rue de la Fortune – 34000 MONTPELLIER

Tel : 04 67 32 34 78 – Fax : 04 67 32 34 79 – E-mail

В отличие от французского, в русском деловом письме все идентификационные данные (ИНН, ККП, ОГРН, ОКПО) фигурируют в бланковом штампе предприятия или учреждения (если письмо напечатано на бланковой бумаге предприятия), а среди идентификационных данных вряд ли можно увидеть капитал компании. Частью бланкового штампа являются также и реквизиты письма: регистрационный номер и дата регистрации. Дата составления письма указывается, как правило, в конце письма. В оформлении реквизитов французского делового письма наблюдаются некоторые различия: они содержат инициалы составителя письма (как правило, секретаря), инициалы должностного лица, подписывающего письмо, не указывается дата регистрации. Таким образом, мы видим, что во французском деловом письме указывается более подробная информация об отправителе.

Остановимся подробнее на тексте письма, который начинается с обращения. В русском языке употребляется два типа речевых формул: Уважаемый Пётр Алексеевич! Глубокоуважаемый господин Безье! Второй вариант используется, как правило, когда к человеку обращаются впервые. Употребление данных формул изначально задает тон письма и выражает почтение. Обращение только по имени отчеству придаст письму более сухой тон и будет использоваться, например, в письме рекламации. Французское письмо обычно начинается обращением *Monsieur / Madame / Mademoiselle*. Обращения *Cher Monsieur / Chère Madame* допустимы по отношению к уже хорошо известным персонам. В

случае если адресат неизвестен, письмо начинают со слов *Mesdames*, *Messieurs*, или *Madame*, *Monsieur*. В некоторых случаях в приветствии фигурирует наименование профессии или должности адресата:

Maître – при обращении к адвокату, нотариусу, судебному исполнителю;

Docteur – при обращении к доктору;

Monsieur (или *Madame*) *le Député*, *le Juge*, *le Maire*, – при обращении к депутату, судье, госсоветнику.

Следует отметить различие в знаках пунктуации: во французском письме после обращения ставится запятая, а не восклицательный знак как в русском, а последующий текст начинается, тем не менее, с заглавной буквы с красной строки. Как мы видим обращение во французском языке носит нейтральный характер. При этом тональность письма выражается скорее в заключительных формулах, употребление которых носит ритуализованный характер.

Обычно используется стандартная формула: *Je vous prie d'agréer (Veuillez recevoir), Madame, Monsieur, mes salutations distingu es (l'expression de mes sentiments distingu es)*. Прилагательное *distingu e* может быть заменено на *d vou e* для выражения почтения к клиенту или на *respectueux*, когда обращаются к вышестоящему должностному лицу, либо когда мужчина обращается к женщине.

Формула *Je vous prie de croire à l'assurance de ma considération distingu e* употребляется при обращении вышестоящего должностного лица к нижестоящему, нижестоящий никогда не выражает заверений (*assurance*) по отношению к вышестоящему. Примечательно так же, что женщина не должна высказывать выражение чувств (*sentiments*), если письмо адресовано мужчине. Формулы *Recevez, Monsieur, nos salutations distingu es* и *Veuillez recevoir, Monsieur, l'assurance de nos salutations distingu es* употребляются при обращении к человеку, имеющему тот же социальный статус. А употребление глагола «принимать» в повелительной форме и отсутствие прилагательного свидетельствуют о выражении недовольства, холодного тона письма и напряженности в отношениях: *Recevez, Monsieur, mes salutations*.

Что касается непосредственно текста французского письма, он обязательно состоит из трех частей: введения, основной части и заключения. Некоторые авторы представляют этот план как прошлое, настоящее, будущее (*présent, passé, futur*). Действительно, во введении либо устанавливают первый контакт с адресатом, либо напоминают о фактах, по поводу которых написано письмо. В основной части подробно излагается предмет письма, сообщается дополнительная информация. В заключительной части содержится то, что получатель либо должен сделать, либо запомнить.

Среди языковых особенностей данного жанра деловой коммуникации на французском языке можно отметить простой и ясный стиль изложения, использование простых предложений со стандартным словопорядком (подлежащее – сказуемое – дополнение), длина которых не должна превышать 20 слов, использование активного залога, сложных форм относительных местоимений и избегание страдательного залога, простых форм относительных местоимений.

Следует подчеркнуть ещё одно отличие: французское коммерческое письмо по-прежнему остается куртуазным, даже при выражении претензий. Для этого широко используются эпитеты (*nous sommes très heureux de, nous avons l'immense plaisir de*), условное наклонение (*nous serions heureux de vous envoyer*), косвенное изложение просьбы, достаточно витиеватое с русской точки зрения: *Nous vous serions très reconnaissants de bien vouloir nous notifier votre accord.*

Таким образом, наш подробный анализ показывает, что можно говорить лишь об относительной универсальности некоторых жанров в профессиональной коммуникации, что существует много нюансов, национально-культурных традиций, незнание которых может привести к недопониманию в межкультурной профессиональной коммуникации.

Однако наряду с относительно универсальными жанрами существуют и национально-специфичные жанры. В качестве примера можно привести *attestation sur l'honneur* или *livret de famille*, жанры, отсутствующие в профессиональной коммуникации на русском языке.

Вместе с тем существуют жанры, которые, несмотря на одно и то же название, выполняют различные функции и соответственно имеют различную композиционную структуру. Так, служебная записка в русской профессиональной культуре используется для решения внутрикорпоративных вопросов: изложения просьбы или сообщения информации вышестоящему лицу [Колтунова, с. 78] и относится к восходящему типу коммуникации, от нижестоящего к вышестоящему. Тогда как во французской профессиональной культуре *note de service* относится к нисходящему типу коммуникации и является распорядительным документом. По своей функции *note de service* близка к таким жанрам как приказ и распоряжение, где реализуются иерархические отношения «руководитель» – «подчиненный». Однако по своей композиционной структуре и использованию языковых средств этот жанр сильно отличается от российского аналога. Если в русском приказе опорными словами являются глаголы-перформативы [Там же, с. 74], причём, употреблённые в первом лице, то во французском, использование первого лица, крайне нежелательно. Приказ выражается косвенно, чаще с помощью безличных конструкций или модальных глаголов: *Il est rappelé que pour toute manipulation de fil d'acier, le port de lunettes de protection est obligatoire. Les chefs d'atelier doivent faire respecter scrupuleusement cette prescription.* Тон служебной записки должен быть непоколебимым, но не авторитарным. Принято также излагать в документе обоснованность приказа.

Таким образом, анализ жанров в профессиональной коммуникации в русской и французской культурах показал, что можно выделить:

- относительно универсальные жанры (деловое письмо, научный доклад, инструкция по использованию электробытового прибора, резюме, диссертация), выполняющие одну и ту же функцию в различных культурах, имеющие в целом подобную структуру, но основывающиеся на различных социокультурных нормах, что проявляется как в использовании языковых средств, так и в создании всего жанрового произведения;

- жанры, обладающие относительной национальной специфичностью (приказ, служебная записка, свидетельство о рождении, выписка с банковского счета, приглашение *relevé de compte bancaire*), отличающиеся по композиционному построению, по функции в коммуникации или ситуативному использованию в коммуникации;
- национально-специфичные жанры (*attestation sur l'honneur, livret de famille*), не имеющие аналогов в другой культуре и являющиеся лакунами.

Таким образом, жанр – это способ организации речевого сообщения в коммуникации по определенным правилам. Знание жанров очень важно для понимания в межкультурной профессиональной коммуникации.

«Успех коммуникации зависит не только от языковой компетенции участников общения, но и от их жизненного опыта, от знания законов социального взаимодействия людей в той или иной области, от социально-психологической компетенции, которая является основой жанровой интеракции. Постижение цели и замысла обращенной к слушателю речи в значительной степени зависит от знания норм речевых жанров. На понимание дискурса влияет жанровое ожидание, настраивающее воспринимающего на ту или иную типическую коммуникативную ситуацию. Эффективность общения существенно определяется соответствием / несоответствием жанровых установок коммуникативных партнеров (настрой на фатический или информативный, риторический или нериторический, конфликтный или кооперативный жанры и т. п.). Игнорирование жанровых особенностей перцепции ведёт к коммуникативным недоразумениям, неудачам и даже к коммуникативным конфликтам» [Седов, 2002, с. 42].

Библиографический список

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Литературно-критические статьи. М.: Художественная литература, 1986. С. 428–472.
2. Голованова Е. И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 1 (292). Филология. Искусствоведение. Вып. 73. С. 32–35.

3. *Долинин К. А.* Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // *Жанры речи*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. Вып. 2. С. 7–13.
4. *Каптерев А. И.* Профессиональные коммуникации – системообразующая форма социального опыта / А. И. Каптерев, Ю. В. Жолобов // [Электронный ресурс]. – 2010. URL: http://www.autorun.e-rej.ru/Our/doclad_4.htm (дата обращения: 31.01.10)
5. *Колтунова М. В.* Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: учебное пособие для вузов. М.: Экономическая литература, 2002. 288 с.
6. *Куликова О. В.* Дискурсивно-прагматические характеристики профессиональной коммуникации (на примере экономического дискурса) / *Вестник МГЛУ*. Выпуск 8 (668). 2013. С. 9–24
7. *СЕДОВ К. Ф.* Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров // *Жанры речи: сборник научных статей*. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. С. 40–50.
8. *Шуберт К.* Международная специальная коммуникация: практика и теория в процессе изменения // *Вестник ВГУ*. 2002. № 2. С. 71–88.
9. *De Lavergne C.* Rédiger et mettre en forme une lettre professionnelle // [Электронный ресурс]. – 2010. URL: <http://www.univ-montp3.fr/infocom/wp-content/REC-lettre-professionnelle2010.pdf> (дата обращения: 10.11.2015).