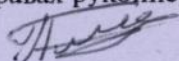


КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

На правах рукопису



ПИЛИПЕНКО  
Ростислав Євгенович

КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ  
СУЧАСНОГО НІМЕЦЬКОГО ДІЛОВОГО ЛИСТА  
(на матеріалі міждержавної кореспонденції  
банківських установ)

Спеціальність 10.02.04 - германські мови

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т  
дисертації на здобуття вченого ступеня кандидата філологічних наук

КИЇВ - 1997

ЛННБ України ім.В.Стефаника



00753819 (X)

АВ 37.707

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

На правах рукопису

ПИЛИПЕНКО

Ростислав Євгенович

КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ  
СУЧАСНОГО НІМЕЦЬКОГО ДІЛОВОГО ЛИСТА

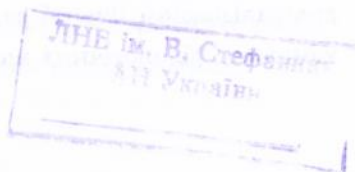
(на матеріалі міждержавної кореспонденції  
банківських установ)

Спеціальність 10.02.04 - германські мови

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

дисертації на здобуття вченого ступеня кандидата філологічних наук

КИЇВ - 1997



Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі германської філології Київського університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник — доктор філологічних наук, професор  
САХАРЧУК Людмила Іллівна

Офіційні опоненти — доктор філологічних наук, професор  
КИЯК Тарас Романович  
кандидат філологічних наук, доцент  
БОЧКО Галина Павлівна

Провідна установа — Київський лінгвістичний університет

Захист відбудеться 13 червня 1997 року о 12 годині на засіданні спеціалізованої Вченої ради Д01.01.09 Київського університету імені Тараса Шевченка за адресою: 252033, Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14, гуманітарний корпус, ауд. 56.

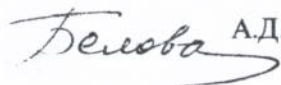
Із дисертацією можна ознайомитися у науковій бібліотеці Київського університету імені Тараса Шевченка.

Автореферат розіслано "\_\_\_" травня 1997 року.

Вчений секретар

спеціалізованої Вченої ради

кандидат філологічних наук, доцент

 А.Д. БЕЛОВА

У реферованій дисертації вивчаються комунікативно-функціональні особливості сучасних ділових листів.

Діловий лист є соціально-історичний феномен ділової комунікації із притаманною йому важливою функцією фіксації та збереження суспільно-історичного досвіду. Діловий лист належить до епістолярного жанру ділової прози зі складною функціональною природою. В сучасних суспільно-політичних умовах діловий лист відіграє важливу соціальну роль і як засіб міжнародної комунікації значною мірою впливає на економічний прогрес.

Актуальність даного дослідження зумовлена однією із найважливіших проблем сучасної лінгвістики — необхідністю розвитку важливого різновиду ділової комунікації, що істотно регулює організацію діяльності та поведінку соціальних суб'єктів. Вона також полягає у всебічному дослідженні досі ще мало вивченої галузі німецькомовного ділового спілкування — сучасного міжнародного ділового листування банківських установ.

Об'єктом дослідження є сучасні німецькі ділові листи банківських установ.

Предмет дослідження — опис екстралінгвістичних та лінгвістичних текстових ознак ділового листа, його головних чинників текстоутворення, засобів вираження інтенціонально-тематичної спрямованості, а також вивчення взаємозв'язків семантичних параметрів із основними комунікативними типами ділових листів.

Новизна дисертації полягає у системному підході до вивчення складної системи багаторівневих лінгвістичних та екстралінгвістичних зв'язків, що відтворюють струнку ієрархічну структуру тексту ділового листа.

Мета дисертаційного дослідження полягає у виявленні найсуттєвіших комунікативних характеристик тексту ділового листа, загальних та індивідуальних особливостей різноманітних типів

ділового листування. Згідно до поставленої в роботі мети науковий інтерес був спрямований на такі завдання:

- дослідити мовні та екстралінгвістичні умови формування та сприйняття ділових листів;
- визначити найголовніші комунікативні типи ділових листів, спираючись на їхні функціональні особливості;
- з'ясувати основні принципи структурування тексту ділового листа, які впливають на його структурно-семантичну організацію;
- схарактеризувати лексико-синтаксичні особливості текстів ділових листів;
- розглянути семантичні зв'язки в тексті ділових листів з урахуванням їхньої ролі в реалізації комунікативної функції.

Теоретичне значення даної роботи полягає у розробці нового підходу до визначення комунікативно-функціональних особливостей німецькомовних ділових листів. Усебічне дослідження комунікативної природи тексту дало змогу з'ясувати не лише його системну організацію, а й розкрити такі істотні ознаки прагматичної спрямованості, як інформативність та вплив.

Практична цінність дослідження визначається можливістю використання його результатів у спецкурсах із ділового спілкування, ділової етики, а також у практиці викладання німецької ділової (зокрема, *Wirtschaftsdeutsch* — “німецької економічної”) мови. Зібраний в перебігові дослідження фактичний матеріал та укладена типологія головних комунікативних типів ділових листів у міжнародному банківському діловодстві може використовуватися у навчальному процесі.

Крім того, практична цінність роботи полягає у створенні комунікативно-функціональної типології ділових листів у міжнародній діяльності державних та комерційних банківських установ. Цей матеріал буде корисний як для лінгвістів, так і для банківських фахівців.

**Методи дослідження.** У роботі для розв'язання поставлених завдань використані такі лінгвістичні методи дослідження:

- комплексний семантико-стилістичний аналіз тексту;
- пропозиційний аналіз тексту основних функціональних типів ділових листів;
- якісний аналіз взаємозв'язків між екстралінгвістичними та лінгвістичними текстовими ознаками ділового листа.

Достовірність отриманих даних забезпечується достатньо великим обсягом проаналізованого матеріалу та системою методів, відповідних до завдань дослідження.

**Матеріал та об'єкт дослідження.** За матеріал для дослідження правила міжнародні ділові листи таких банківських закладів, як Bundesbank, Deutsche Bank, Dresdner Bank, Commerzbank, а також німецьких банківських академій. Обсяг опрацьованого матеріалу складає 500 ділових листів зі сфери банківського діловодства, а також побіля 1500 візріців ділового листування німецьких комерційних організацій, що здебільшого стосувалися міжнародно-фінансової діяльності, внутрішньо-німецьких комерційних та фінансово-економічних взаємин тощо; загальна кількість становила біля 2000 листів.

Особистий внесок здобувача полягає в одержанні важливих результатів унаслідок застосування розробленого власного підходу до системного опису комунікативно-функціональних особливостей сучасного ділового листа, головних аспектів його текстоутворення, а також у виділенні комунікативних типів міжнародних ділових листів банківських установ.

## ПОЛОЖЕННЯ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ЗАХИСТ

1. Діловий лист — це завершена архітектонічна побудова зв'язного тексту із властивими тільки йому обов'язковими та факультативними реквізитами. Специфіка комунікативної структури тексту ділового листа формується в залежності від її головних елементів: комунікативної мети тексту, модально-оцінкової

інформації, за основу якої слугує об'єктивний план — співвідносність тексту зі сферою ділового спілкування, а також інформація про комунікантів. У комплексі з фактуальною інформацією всі ці головні елементи складають комунікативну структуру ділових листів та відображують складну систему їхніх лінгвістичних та екстралінгвістичних текстових ознак.

2. Текст ділового листа будується за трьома головними структуротвірними принципами: інтенційним, тематичним та реквізитовим, які впливають на мовно-стилістичну та архітектонічну природу самого тексту. Комунікативна інтенція адресанта та суспільна потреба тематичного вираження основної мети ділової комунікації зумовлює типологічну своєрідність тексту ділового листа.

3. У сфері ділової міжнародної комунікації домінує три головні типи ділового листа, а саме: комерційні листи з домінантним характером впливу, інституціональні та ритуальні листи.

4. Особливість комунікативної структури міжнародного ділового листа полягає у широкому застосуванні міжнародної етикетної лексики, певної соціальної орієнтації на адресата та використанні експресивних мовних засобів для результативної інтенсифікації співпраці.

Апробація роботи. Основні положення роботи було висвітлено у чотирьох публікаціях. Результати дисертаційної праці використано у викладанні ділової німецької мови на факультеті іноземної філології Київського університету імені Тараса Шевченка (впродовж 1993-95 рр.) та в практичній роботі в Управлінні міжнародних зв'язків Національного банку України; їх також обговорювали щорічно на засіданнях кафедри германської філології.

Наукова достовірність та об'єктивність роботи забезпечуються репрезентативною вибіркою текстів оригінального німецькомовного діловодства (біля 2000 зразків ділових листів), а

також завдяки використанню випробуваних у сучасній лінгвістиці методів аналізу (комплексний семантико-стилістичний аналіз тексту, пропозиційний аналіз головних типів ділових листів, якісний аналіз взаємозв'язків між екстралінгвістичними та лінгвістичними чинниками текстів ділового листування та ін.).

Структура роботи зумовлена її метою та завданнями. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновку, списку використаної літератури, скорочень та додатка. У вступі обґрунтовується актуальність проблеми, виділяється об'єкт та предмет дослідження, розкривається наукова новизна, особистий внесок, теоретична та практична цінність виконаної роботи, визначаються мета, завдання, матеріали та методи дослідження, формулюються основні положення, що виносяться на захист.

### Перший розділ

У першому розділові аналізуються екстралінгвістичні умови, які істотно впливають на формування тексту ділового листа. З метою їхнього визначення розглядаються основні аспекти комунікативно-функціональної природи ділового листа. Найважливішими з них є такі:

- функціонально-стилістична природа ділових листів, тобто процес співвідношення різних стилів ділових листів із пропозиційним змістом тексту;

- комунікативна функція тексту ділового листа, яка впливає на формування мовленнєвої діяльності в тексті, а також на структурно-семантичні особливості ділового листа.

Тексти ділових листів банківських установ на офіційному міждержавному рівневі характеризуються монотематичною структурою, наявністю обов'язкових реквізитів, а також лексикою, спрямованою на досягнення і розвиток професійної та надійної співпраці. Комунікативний зв'язок установлюється згідно до комунікативного наміру адресанта.

Діловий лист досліджується як вид тексту із властивими тільки йому обов'язковими текстовими реквізитами, такими як: назва установи адресанта, адреса одержувача, зазначення щодо змісту, дата та підпис. Мова ділового листа характеризується наявністю логічних зв'язків поміж пропозиціями, в яких виявляється експліцитна, логічна, суб'єктно-предикатна побудова комунікативних висловлювань. За сучасних суспільних умов мова ділового листа характеризується тенденцією до спрощення пропозицій, чіткою офіційною мовою, яка впливає на створення позитивного іміджу адресанта в очах одержувача, а також виражено-раціональним уживанням термінів, скорочень та слів іноземного походження.

У дисертації розглядаються важливі екстралінгвістичні відносини поміж адресантом та адресатом, що відображують, власне, ділове спілкування, комунікативне завдання та суб'єктивні чинники, які є властиві психологічним особливостям комунікантів. Для аналізу діяльності комунікантів було взято такі основні прагматичні критерії:

- соціальні ролі комунікантів та їхнє ставлення до тексту;
- мовна компетенція або приналежність до мовного середовища;
- ставлення до предмета комунікації, комунікативний намір та професійна компетенція.

Аналіз діяльності комунікантів особливо зосереджується на розгляді міжособистісних зв'язків комунікантів. Соціальні стосунки адресата та адресанта вже достатньо вивчалися у сучасній лінгвістиці, що засвідчують теоретичні праці Б.Штольта, Л.Гофмана, К.Баумана — у прагмалінгвістиці; А.Леонтьєва, Є.Кубрякової, А.Стриженка, Є.Меднікової — у психолінгвістиці, К.Брінкера та В.Дреслера — у комунікативній лінгвістиці тексту. До головних соціальних ознак комунікантів належать здатність визначити головну комунікативну мету, готовність якісно

контролювати співпрацю, зважати на особливості світогляду та рівень освіти. Соціально-комунікативна орієнтація щодо адресата визначається вже на початкові листа відповідно вибраному лексично-емоційному типу звертання:

- а) діловий (Sehr geehrter Herr Walther,);
- б) урочистий (Hochverehrter Herr Dr. Lemke,);
- в) дружньо налаштований чи прихильний (Lieber Gerhard,).

Таким чином, текст ділового листа формується в перебігові мовленнєвої діяльності комунікантів під впливом міжособистісних та соціальних умов, за яких провадиться листування.

Текст ділового листа визначається самим предметом текстової діяльності (тобто комунікативною інтенцією адресанта); про це йдеться, наприклад, у працях А.Акішиної, Н.Арутюнової, Є.Меднікової, О.Москальської.

Процес текстотворення ділового листа розглядається у роботі як трифазовий:

1. планування;
  - 1.1.визначення мотивації текстотворення та осмислення проблемної ситуації;
  - 1.2.підбір способів і засобів найраціональнішої реалізації комунікативної інтенції;
  - 1.3.визначення змісту та структури тексту ділових листів;
2. реалізація комунікативного наміру лінгвістичними та екстралінгвістичними засобами;
3. корекція наміру адресанта відповідно до комунікативного завдання, зумовленого потребами ділового спілкування.

Результати дослідження матеріалу допомогли нам визначити три головні принципи, які впливають на організацію структури тексту.

1. Принцип реалізації комунікативного наміру: дослідження (відповідно до цього принципу) ґрунтується на тому, що мовна

структура тексту аналізується як певна ієрархія ілокутивних відносин.

Так, В.Мотш та Д.Фівегер зазначають, що структура тексту формується за прагматичного поєднання ілокутивних дій, які мають важливі соціальні функції і є підпорядковані загальній функції тексту. Функціональність тексту виражає певний процес реалізації комунікативного наміру, цілей та соціальних зв'язків.

2. Тематичний принцип структурування ділових листів: дослідження тексту (відповідно до цього принципу) передбачає аналіз ознак визначення теми листування. Загальні логічні зв'язки відображуються у тематичній структурі тексту (Е.Агрікола).

3. Згідно реквізитового принципу структурування тексту відтворюється композиційна побудова ділового листа.

Ілокутивні дії виявляються у такій структурі тексту насамперед через пропозиційні відносини. Як пропозиція виступає логічна форма одиниці змісту (сенсу), яка фіксує зв'язок предиката із його носієм (аргументом). На рівневі дограматичної організації висловлювання компонентам логічних пропозицій (термам) надаються певні семантико-синтаксичні функції, внаслідок чого виникають семантичні пропозиції (Ю.Попов). Система ілокутивних дій в тексті ділового листа будується залежно від комунікативного наміру адресанта, котрий визначає характер домінантної ілокуції. Забезпеченість ілокутивної цілісності (завдяки застосуванню мовних засобів у текстові та їхній кореляції) визначає другу характерну рису домінантної ілокуції, залежної від розподілу "підпорядкувальних ілокуцій" (В.Голлі, П.Кун, У.Пушель); до них належать пояснення, мотивація чи додаток. Наприклад, субсидарні висловлювання, які забезпечують прагматичну реалізацію комунікативного наміру адресанта (передовсім синтаксичні конструкції зі сполучником *da* та прислівником *deshalb*):

– *Da wir Ihre Anfragen so ausführlich wie möglich beantworten wollen, brauchen wir noch einige Tage Zeit;*

– Deshalb setzen wir Ihnen für den Betrag von 500DM zuzüglich 35DM Mahngebühren eine Zahlungsfrist bis zum 13. Januar 1997.

Комплементарні висловлювання у діловому листі часто репрезентуються словосполученнями *darüber hinaus*, сполучниками *indem*, *wie* та *in.*:

– *Darüber hinaus* bitte ich um die Kontaktaufnahme mit unserer Filiale in Bokenheim.

Головним об'єктом дослідження теми листа виступає її пропозиційний зміст, який може бути проаналізований на трьох рівнях: ілокутивному, тематичному та лексико-семантичному. Ілокутивний рівень відображує намір адресанта, тематичний — характеризує семантичну природу тексту, а лексико-семантичний — це рівень реалізації ілокутивного і тематичного рівнів.

Ілокутивними діями передається інформація, що відображує характер ілокутивної функції.

За дослідження текстів витримувався комунікативно-функціональний підхід до їхньої типології, що дозволило не тільки емпірично визначити мовні особливості різних типів текстів, а й пояснити їх із гносеологічного погляду.

Головним критерієм побудови комунікативно-функціональної типології текстів є поняття комунікативної інтенції.

Головні екстралінгвістичні чинники тексту ділових листів, які впливають на побудову будь-яких комунікативно-зорієнтованих типологій тексту, визначаються відповідно до двох різновидів інтенції — повідомлення та впливу.

Типологічна класифікація сучасних ділових листів визначається у функціонально-комунікативному аспекті.

Залежно від галузі діяльності комунікантів, визначається чотири основні тематичні групи листів:

– комерційна кореспонденція типу "бізнес-екстерн", яка обслуговує комерційні угоди;

– ділові листи, використовувані у внутрішній системі діловодства фінансових та комерційних установ;

– ділові листи, які регулюють взаємовідносини із офіційними некомерційними організаціями;

– ділові листи, що їх використовують для виконання соціального ритуалу (запрошення, подяка, привітання, вибачення та співчуття).

Згідно до інтенціональної засади в перебігові дослідження визначено п'ять головних функцій тексту ділового листа, які ілюктивно підкреслюють намір адресанта: інформаційна, апеляційна, контактна, гарантійна, деклараційна. Іntenція адресанта суттєво відображує головну текстову функцію, яка інструктує адресата про те, як йому сприйняти текстову інформацію: у формі інформаційного повідомлення чи апеляції (Е.Гроссе, С.Шмідт).

Пропозиційний зміст тексту у його функціональній маніфестації править за основу для укладення типології текстів сучасних ділових листів.

### Другий розділ

У другому розділові досліджуються важливі лінгвістичні аспекти формування тексту ділового листа. Аналізуються логічні зв'язки, лексико-семантичні особливості ділового листа, які впливають на реалізацію комунікативної функції його тексту.

Для дослідження тексту ділового листа було потрібно визначити його головні лінгвістичні та екстралінгвістичні чинники. Ці чинники, насамперед, характеризують ієрархічні семантико-синтаксичні відношення мотивованої текстової діяльності. Їхне дослідження зумовлює розкриття процесу реалізації комунікативно-пізнавальної мети спілкування та пояснює текстоутворення ділових листів.

До головних лінгвістичних категорій ділових листів належать категорії зв'язності, граматичної цілісності, клішованої закінченості.

Лінгвістичний аналіз тексту (залежно від кута розгляду екстра-лінгвістичних умов ділового листування) дозволяє чітко диференціювати загальні та специфічні текстові риси кожного типу текстів ділових листів (К.Баумгартнер, Й.Бар-Гізел).

До головних екстралінгвістичних категорій ділових листів слід віднести ситуативність, прагматичну спрямованість, інформативність та функціональність.

Предметом розгляду став логічний аспект текстотворення ділових листів, у якому досліджується логічна зв'язність важливих елементів тексту відповідно до інтенціонально-тематичного принципу, а також розв'язується питання про пресупозиційні співвідношення в тексті. Пресупозиція виявляється передусім у ілокутивній функції висловлювання, обіцянь, пропозицій і таке інше:

- Die Commerzbank sichert Ihnen schnelle überweisung zu;
- Die Commerzbank überweist kein Geld auf Ihr Konto, wenn...;
- Die Commerzbank kann Ihre Stiftung mit bescheidener überweisung befördern.

У трьох наведених прикладах пресупонуються два поняття "Commerzbank" та "Geldüberweisung". Лінгвістичний аспект дослідження тут зорієнтований на розкриття найактуальніших проблем розуміння мовних засобів, що відповідають головним екстралінгвістичним чинникам.

У розділі, що його тут реферуємо, досліджується загальноділова лексика ділового листа за синтаксичними, морфологічними та семантичними критеріями. Пильної уваги приділено аналізу синтаксичної значущості дієслів, іменників, прикметників та прислівників. Дослідження дієслів з позиції комунікатеміки (І.Головнін) дозволяє виділити такі тенденції їхнього вживання:

1. Активізація комунікативної значущості дієслів *kommen, stellen, stehen* виявляє себе у функціональних дієслівних конструкціях:

- zum Ausdruck kommen;

- in Frage kommen;
  - zur Verfügung stellen/stehe.
2. Заміна дієслів machen, geben, anbieten, versuchen, bitten, beweisen:
- eine Bestellung aufgeben;
  - einen Kredit einräumen;
  - eine Hilfe unterbreiten;
  - eine Bitte äußern;
  - eine Tilgung eines Kredits erbringen.
3. Тенденція до виділення дієслівних конструкцій від складних іменників:
- Geldüberweisung — Geld überweisen;
  - Zinsberechnung — Zinsen berechnen.
4. Якісні трансформації інфінітивних конструкцій sein + zu + Inf., haben + zu + Inf.:

a) заміна конструкції müssen/sollen + werden + Part.2 (Die Lage Ihrer Bankliquidität ist planmäßig zu verbessern);

б) заміна конструкції können + werden + Part.2

(Ähnliche Tendenzen sind auch für Kapitalmärkte festzustellen);

в) висловлення необхідності чи можливості  
(Sind die Leitzinsen für die Banken zu vermindern?).

Мова німецького ділового листа характеризується широким вживанням іменників. На рівні міжнародної співпраці іменники найчастіше вживаються у таких лексико-семантичних групах:

\* 1. Номінація різних типів листів та інших комунікативних форм (Anfrage, Bestellung, Auftragsbestätigung, Lieferverzug, Mahnung).

2. Номінації документів, які стосуються загальноділового чи технічного спілкування (Wir haben Ihre Rechnung vom 15. Januar 1996 erhalten).

3. Номінація комерційних операцій (Die Bezahlung erfolgt bis spätestens 1. Februar 1996).

4. Номінація товарів та послуг (Wir bieten Ihnen die Anleihen mit Zinsoptionsscheinen an).

5. Номінація фінансових інструментів (Wir zahlen gegen den Handelswechsel).

6. Номінація умов проведення фінансових операцій (Wir verpflichten uns eine Garantie zu erstellen).

7. Номінація установ (Am 22. April 1996 kann die Deutsche Bundesbank Ihren Wechsel rediskontieren).

8. Посилання на юридичні тексти (Wir weisen Sie aufs Gesetz über das Kreditwesen 20/2 hin).

Серед прикметників у сучасному міжнародному діловому листі виділяються прикметники із напівфіксами (-fähig, -haltig, -mäßig) та атрибутивні прикметники: вони дозволяють конкретніше зазначити професійну спеціалізацію об'єкта, що є зумовлене прагненням адресанта бути мовно ошадливим (Ob die Leistung Ihrer heimischen Datenverarbeitung noch in der richtigen Relation zu den damit verbundenen Kosten steht?).

Прислівники відіграють значну роль для досягнення комунікативної мети адресанта. Вони конкретніше визначають процеси та явища. Найрозповсюдженішими прислівниками є сполучникові (deshalb, außerdem, trotzdem), модальні (gern, gut, hiermit, auch, nur), каузальні (daher, deshalb, sonst, dann) та прономінальні (darauf, daraus, dagegen, darin).

У синтаксичному контексті ділові листи досліджуються згідно до їхніх комунікативних значень у тексті. Аналіз матеріалу дозволяє виділити основні типи синтаксичних одиниць за категорією "актуальної інформації" (А.Адамец):

– речення у комунікативному ракурсі повідомлень (Wir berichten Ihnen gern);

– констативні речення, особливість яких полягає на тому, що до їхньої презумпції належать не тільки пропозиційні

відношення щодо реальності, а також безпосередньо пропозиційний зміст констативних висловлювань (die Tatsache ist/besteht darin, festgestellt, laut dem Gesetz, nach den offiziellen Angaben usw.);

– ствердження (Wir bestätigen Ihnen gern).

Вибір синтаксичних конструкцій визначається комунікативним наміром адресанта. Форма та зміст речення відображують цілісність висловлювання та логічні зв'язки синтаксичних елементів. Залежно від форми синтаксичного вираження модифікується ілюктивна сила висловлювання, що безпосередньо впливає на сприйняття тексту.

Семантичний аналіз тексту дозволяє звести підґрунтя для типологізації ділових листів. Дослідження семантики різних типів текстів ділових листів провадиться за допомогою пропозиційного аналізу, який дозволяє виділити такі їхні семантичні типи:

– листи переважно інформаційного змісту, в яких пропозиційні відносини передаються через дієслова informieren, mitteilen, melden, eröffnen, berichten, benachrichtigen, unterrichten;

– листи із домінуючою функцією впливу, в яких пропозиційні відносини передаються через дієслова anfordern, anordnen, beantragen, beeinflussen, befehlen, bitten, empfehlen, raten;

– листи із домінуючою контактною функцією найчастіше характеризуються дієсловами beglückwünschen, gratulieren, sich beschweren, Beileid aussprechen.

Аналіз матеріалу дає можливість видокремити дві головні групи пропозиційних відношень у текстах ділових листів.

1. Пропозиції статичного стану (Wir sind ein mittelständisches Unternehmen). Ця група має такі підтипи:

– пропозиції каузальної предикації (Da die Gesamtzahl der Banken in der Ukraine relativ hoch ist, könnten wir unser Angebot für 100 oder 50 größte Banken einschränken);

– пропозиції темпоральної предикації (Ich trette zum 1. April in den Ruhestand);

– пропозиції локальної предикації (Ich werde in Frankfurt ein Gespräch haben);

– пропозиції кількісної предикації (Im vergangenen Jahr haben über 1000 Führungskräfte aus Ländern Mittel- und Osteuropas an Seminaren an der DMAN teilgenommen).

2. Процесуальні пропозиції (Ihr Programmvorschlag wurde in Kürze übersendet).

Мета семантичного аналізу різних типів ділових листів полягає в розкритті специфіки комунікативно-функціональних аспектів, пов'язаних з уживанням ділової мови.

### Третій розділ

У третьому розділові досліджуються головні характеристики сучасної німецької комерційної кореспонденції. Розглянено головні типи ділового листа залежно від комунікативної інтенції адресанта та домінуючої теми листа; також визначено загальні та специфічні особливості різних типів текстів ділового листа. Використовуючи комунікативно-зорієнтований підхід, визначено було головні комунікативні типи тексту ділових листів. Важливими для подальшої класифікації текстів є різні реалізаційні форми впливу на адресата, які актуалізуються в масиві текстів. Проведений аналіз дав підстави визначити співвідношення текстів із трьома головними різновидами впливу та повідомлення.

#### 1. Ділові листи з домінуючою функцією впливу.

1.1. Велику групу таких ділових листів складають листи із домінуючим характером пропозиції. Серед головних чинників, які впливають на організацію тексту листів-пропозицій, є агітаційне зосередження уваги на суспільній значущості об'єкта пропозиції, сильна стилістична маркованість ідентифікаційних ознак інтродуктивної номінації адресанта та пряма вказівка на рівень співвідповідності адресанта головній референтній ситуації.

Досягнення комунікативної мети відбувається завдяки таким оцінковим значенням:

- професійно-якісні (erfahren);
- орієнтівні (mittelständisch, organisatorisch);
- утилітарні (kostenoptimal);
- функціональні, що відображують технічний стан об'єкта (neu, eingerichtet, technologisch wirkungsvoll);
- кількісні (10..., komplett).

1.2. До другої групи ділових листів належать листи із домінуючим характером замовлення (Um die Arbeit an dem Final Report abzuschließen, benötigen wir dringend eine aktuelle Liste der ukrainischen Banken, die die Angaben über die Bilanzsummen oder Kapitalausstattung sowie Mitarbeiterzahl dieser Banken enthalten sollte).

Згідно до інтенційно-тематичної засади листи-замовлення класифікуються так:

- замовлення на випробувальний термін;
- часткове замовлення об'єкта на певний термін випробування (без права його повернення);
- замовлення після випробувального терміну;
- пряме замовлення.

2. Інституціональні ділові листи активно представлені у міжнародному діловодстві. Комунікативне завдання таких листів — констатація щодо зміни та інформування.

У сучасних ділових листах цього типу відзначено тенденцію до мовної ощадливості, що спричинює такі лінгвістичні тенденції:

- широке вживання іменників-дериватів від дієслів (Änderung, Fassung, Beschluß, Vorschlag, Entscheidung);
- побудова відносно складних синтаксичних конструкцій із додатковими атрибутивними словами (am Dienstag, auf ein Abkommen, zur Verringerung);

– уживання прислівників та дієприкметникових форм (die Videokameras mit abgebrochener Auslöser-Arretierung sind unverkauflich).

В основі інформаційного змісту більшості досліджуваних інституціональних листів було визначено пропозиції, які відтворюють такі екстралінгвістичні ситуації:

а) повідомлення про стан речей (die Frist zur Abgabe der Angebote ist erst am 28. Februar 1996 abgelaufen);

б) повідомлення про характер взаємодій окремих явищ (das Gesamtvermögen der Bank wird auf etwa...DM geschätzt. Die Umsätze belaufen sich auf monatlich ca...DM. Die Zusammenarbeit ist immer problemlos);

в) повідомлення про наслідки тих чи інших дій (da wir unseren Zahlungsverpflichtungen pünktlich nachkommen müssen, können wir Ihnen keinen weiteren Zahlungsaufschub einräumen);

г) повідомлення про події та явища, які відбуваються в різних ділових галузях (auf der Frankfurter-Messe hat sich gezeigt, daß die Nachfrage unsere Erwartungen übersteigt).

3. Ритуальні тексти ділових листів позначені специфікою соціальної взаємодії між комунікантами. Спрямованість до проведення певного соціального ритуалу співвідноситься із виявленням ритуального акту адресанта, який висловлює своє емоційно-психологічне ставлення до особливих (нешодренних) явищ у житті адресата. Для виконання певного соціального ритуалу використовуються: привітання, запрошення, подяка, вибачення, співчуття.

Характерними ознаками ритуальних текстів є такі:

– ритуальні дії мають періодичний характер (zu Ihrem 50jährigen Dienstjubiläum bei der Commerzbank gratulieren wir Ihnen herzlich);

– пропозиційний зміст таких текстів має експліцитний характер та ініціюється за урочистих умов, які відображують наявність специфічно здійснюваних потенцій емотивної

модальності (das neue Lebensjahr möge Ihnen Gesundheit, viel Freude, Glück und einen weiteren Aufstieg in Ihrer beruflichen Karriere bringen);

– ритуальні тексти мають відкритий соціальний характер (wir wünschen Ihrer Bank viel Erfolg und hoffen, daß Sie weiterhin Ihre ausgezeichnete Marktposition behaupten können);

– ритуальні дії відображуються естетично (у формі символічного акту: zum Hinscheiden Ihres sehr geschätzten Gatten drücke ich Ihnen mein Mitgefühl aus).

Головна комунікативна мета тексту ділових листів – інформувати про стан речей та впливати на адресата. Це досягається завдяки використанню мовних одиниць, які відповідають логічним закономірностям відображення конкретної комунікативної ситуації ділового спілкування та комунікативним умовам, за яких провадиться листування.

У заключній частині дисертаційної праці зроблено підсумки виконаного дослідження та проведено узагальнення основних положень.

1. Підтвердилося положення про наявність складної системи лінгвістичних та екстралінгвістичних ознак у тексті ділового листа, які зумовлені певними соціальними умовами ділового листування та тематичною спрямованістю.

2. Визначено головні типи сучасних ділових листів на основі їхніх комунікативно-функціональних особливостей із урахуванням специфіки міжнародного ділового спілкування:

- а) ділові листи із домінуючою функцією впливу;
- б) ділові листи інституційного характеру;
- в) ділові листи, які спрямовані на виконання соціального ритуалу.

3. Текст ділового листа формується, насамперед, у залежності від комунікативного завдання комуніканта і має виразне суспільне значення. Розв'язання цього завдання зумовлене певними соціальними умовами та тематичною спрямованістю, які мають

вирішальний вплив на специфіку мовно-стилістичної природи тексту ділового листа.

Композиційна побудова тексту сучасного німецького ділового листа залежить від застосування обов'язкових та факультативних реквізитів згідно зі стандартом ведення ділового листування — DIN 5008.

4. Досліджено основні складові комунікативної структури різних типів текстів ділового листування, а саме: фактуальна інформація, модально-оцінкова інформація та інформація про комунікантів.

5. Лексико-синтаксичні особливості сучасного міжнародного ділового листа складаються під впливом широкого застосування міжнародної етикетної лексики, чіткої офіційної спрямованості на адресата і вживання клішованих емоційно-експресивних засобів для висловлення бажання до налагодження співпраці.

6. Семантичні зв'язки в тексті ділового листа визначаються згідно до його пропозиційного змісту. В залежності від категоріального змісту предикатів у складі пропозицій визначаються їхні головні типи: пропозиції статичного стану та діяльні пропозиції.

7. Семантико-стилістичний аспект текстоутворення ділового листа характеризується наявністю трьох типів логічних відношень: відношення між референційно тотожних номінацій у тексті, відношення референційно різних номінацій у монофункціональному тексті та пропозиційні відношення у поліфункціональному тексті.

Список використаної літератури з проблем дослідження містить 207 найменувань, із них 118 — іноземних джерел.

Основні положення дисертації викладено у таких публікаціях:

1. Неоконченное письмо//Office, 1997, №1. — С. 10-13 (електронна версія О.Сахарчука в Internet — <http://www.gu.net/officemag>).
2. Типология деловых писем//Office, 1997, №3. — С. 10-12. (електронна версія О.Сахарчука в Internet — <http://www.gu.net/officemag>).
3. Структурные особенности текста современного делового письма. — Киев, 1997. — 28 с. - Деп. в ГНТБ України. — К., №217 от 11.03.1997.
4. Текстуальные признаки делового письма. — Киев, 1997. — 14 с. — Деп. в ГНТБ України. — К., №218 от 11.03.1997.

## ANNOTATION

**PYLYPENKO, Rostyslav.** Communicative & Functional characteristics of business letters in current German (international banking correspondence).

Dissertation for the Degree of Candidate of Sciences (Linguistics), Speciality 10.02.04 - Germanic languages, Kyïv Taras Shevchenko University. — Kyïv, 1997.

The dissertation deals with extra- and intralinguistic characteristics of business letters in current German. Major aspects of text-formation within banking & commercial correspondence, communicative and functional typology of letters in international banking were analysed.

## АННОТАЦИЯ

**ПИЛИПЕНКО Р.Е.** Коммуникативно-функциональные особенности современного немецкого делового письма (на материале межгосударственной корреспонденции банковских учреждений).

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 - германские языки. Киевский университет имени Тараса Шевченко. Киев, 1997.

В диссертационной работе исследуются экстралингвистические и лингвистические признаки современных деловых писем, а также принципы их структурирования. Рассматриваются основные аспекты текстообразования банковской и коммерческой корреспонденции, а также определяется коммуникативно-функциональная типология деловых писем в международном банковском делопроизводстве.

**Ключові слова:** діловий лист, текстуальні ознаки, комунікативний акт та його компоненти, засади текстоутворення, пропозиційні відношення, комунікативно-функціональна типологія текстів.

---

Підписано до друку 6.05.97. Формат 60x84/16

Друк офсетний. Ум. друк арк. 1.0. Тир. 100

Замовлення N 150. Безкоштовно

Видавництво Київського університету ім. Шевченка

Бульвар Шевченка, 14.

435848

**AB 37.707**