

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.34>

Аль-Баяти Яссин Шариф Саид

СПЕЦИФИКА ТИПОВ МОДАЛЬНОСТЕЙ В ЖАНРЕ "ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО" В КРОСС-КУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ)

Актуальность работы обусловлена интересом к проблемам функционирования жанров деловой коммуникации на английском языке. Опираясь на материал репрезентативного специализированного корпуса деловых писем (LBLC), собранных как из государственных, так и частных фирм Объединенных Арабских Эмиратов, автор ставит целью описать языковую специфику данных образцов письменной деловой коммуникации и выявить статистически значимые отличия в использовании модальных глаголов между аутентичными текстами и исследуемым корпусом. В статье анализируются различия в частотности использования модальных глаголов и определяются доминирующие типы модальности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/7/34.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 7. С. 162-166. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/7/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Германские языки

Germanic Languages

УДК 811.11-112+811.111'367.626.1:070.485
<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.7.34>

Дата поступления рукописи: 26.04.2019

Актуальность работы обусловлена интересом к проблемам функционирования жанров деловой коммуникации на английском языке. Опираясь на материал репрезентативного специализированного корпуса деловых писем (LBLC), собранных как из государственных, так и частных фирм Объединенных Арабских Эмиратов, автор ставит целью описать языковую специфику данных образцов письменной деловой коммуникации и выявить статистически значимые отличия в использовании модальных глаголов между аутентичными текстами и исследуемым корпусом. В статье анализируются различия в частотности использования модальных глаголов и определяются доминирующие типы модальности.

Ключевые слова и фразы: деловое письмо; модальность; модальный глагол; типы модальности; деловой дискурс; корпусная лингвистика; частотность употребления.

Аль-Баяти Яссин Шариф Саид

Волгоградский государственный университет
yassienshareef@yahoo.com

СПЕЦИФИКА ТИПОВ МОДАЛЬНОСТЕЙ В ЖАНРЕ «ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО» В КРОСС-КУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ)

Введение

В современном высокоразвитом и конкурентном обществе изучение коммуникации между людьми и группами становится все более важным. В глобальном экономическом пространстве деловая коммуникация играет ключевую роль, обеспечивая межличностное и групповое взаимодействие, способствуя установлению и поддержанию деловых связей, обеспечивая экономический рост и стабильность в обществе. Корреспонденция является наиболее распространенной коммуникативной деятельностью в любой компании. Деловая переписка и деловое общение – одна из составляющих бизнеса. Письменная деловая коммуникация, осуществляемая главным образом при помощи деловых писем, имеет принципиальное значение для установления и поддержания деловых отношений как внутри организации, так и с внешними субъектами экономической деятельности. Одним из факторов успешного общения является соблюдение правил, которые установлены традициями делового этикета.

Актуальность работы обусловлена возрастающей ролью английского языка в жанрах деловой коммуникации в глобальном коммуникативном пространстве и интересом лингвистов к специфике функционирования прагматических категорий и соответствующих им языковых средств в ситуациях межкультурного взаимодействия. **Научная новизна** состоит в том, что в статье на основе корпусного анализа англоязычного письменного делового дискурса определяется специфика использования типов модальности в англоязычной деловой переписке представителей арабской лингвокультуры, для которых английский язык не является родным. Данная специфика выявляется при помощи контрастивного анализа функционирования модальных глаголов, который основан на выявлении статистических различий в частотности их использования в корпусе текстов деловых писем носителей английского языка (Business Letter Corpus (BLC)) и текстов деловых писем, созданных авторами, для которых английский язык не является родным (Learner Business Letter Corpus (LBLC)). **Целью** данной статьи является определение на сопоставительной основе специфики использования типов модальности в текстах корпуса деловых писем, написанных авторами, для которых английский язык не является родным (LBLC).

Задачами исследования являются:

- выявление различий в частотности использования модальных глаголов в письменном деловом дискурсе сопоставляемых корпусов;
- определение типов модальности, доминирующих в исследуемых текстах.

Материал и методология исследования. Работа проводилась на основе специализированного корпуса текстов, являющегося эмпирической базой исследования. Данный корпус состоит из 160 текстов деловых писем.

Частные компании Объединенных Арабских Эмиратов используют английский язык в качестве языка общения, особенно в переписке с крупными компаниями, являющимися источниками товаров и сырья. В ОАЭ написание деловых писем имеет свои особенности, обусловленные культурными традициями, конвенциями коммуникативного поведения и делового этикета. Можно предположить, что некоторые из этих разновидностей связаны с языковой интерференцией и отсутствием подготовки к написанию коммерческой корреспонденции.

Корпус, на котором основано данное исследование, состоит из 160 деловых писем, написанных носителями английского языка, полученных только из исходящей почты различных государственных и частных фирм ОАЭ. Корпус содержит письма-запросы, письма-заказы, письма-предложения, письма-жалобы, письма-приглашения, письма-поздравления, счета-фактуры, коносаменты и др. Письменные образцы отбирались случайным образом из разных фирм. Общий объем корпуса составляет 33 907 слов. Выявление специфики функционирования языковых структур предполагает применение сравнительно-сопоставительного метода, т.е. сопоставление изучаемого корпуса с референциальным, который выступает основой сравнения. Референциальным корпусом послужил корпус деловых писем (BLC), объемом 1 миллион слов. Корпус включает тексты деловой коммуникации компаний Великобритании и США.

Корпусный анализ проводился с применением корпусного менеджера AntConc (L. Anthony, 2018) и компьютерного инструментария корпуса деловых писем (BLC). В исследовании применялся метод количественного анализа в целях выявления частотности использования модальных глаголов в текстовых корпусах, а также определения наиболее употребляемых видов модальности.

1. Жанры профессиональной коммуникации

Несмотря на то, что в современном мире большая часть коммуникации осуществляется на английском языке, представители различных культур имеют различные представления о речевом поведении и деловом этикете. При этом деловой дискурс, протекающий с участием коммуникантов, принадлежащих различным культурным сообществам, которые пользуются английским языком в производственных целях, испытывает интерференцию со стороны различных культурных традиций [19, p. 279-294; 20, p. 181-207].

Известно, что деловая переписка осуществляется в соответствии с общепризнанными жанровыми канонами. Жанры профессиональной коммуникации впервые были изучены В. Бхатия, который выявил жанрово-композиционные признаки, свойственные различным типам текста, и определил набор коммуникативных шагов, необходимых для достижения коммуникативной цели [9]. Модель анализа жанра, предложенная В. Бхатия, неоднократно использовалась для изучения лексическо-грамматических особенностей деловых писем [16; 18]. Вместе с тем исследователи указывают на необходимость более эффективных междисциплинарных исследований в области жанрового анализа для понимания разнообразных паттернов языка, обусловленных воздействием социальных, культурных и технологических факторов [17, p. 167-169].

В российских исследованиях деловой дискурс изучался с позиций как традиционных (лингвистика текста, теория коммуникации), так и современных (дискурс-анализ, семиотика, синергетика, когнитивная лингвистика) подходов. Типологический метод изучения жанров деловой коммуникации был предложен Т. В. Анисимовой, которая убедительно доказала, что типологическая модель в виде системы понятий дает возможность логически упорядочить эмпирические представления о речевом жанре и позволяет заранее прогнозировать свойства нового жанра [1]. Модель речевого жанра включает определенные характеристики, которые позволяют непротиворечиво и однозначно отличить данный жанр от всех других феноменов делового общения, а также продуцировать тексты в рамках данного жанра.

В последние десятилетия изучение жанров проводится с использованием корпусной методологии, которая позволяет с предельной точностью описать жанровые признаки на различных уровнях языка и определить специфический набор лексико-грамматических и синтаксических характеристик, типичных для конкретного жанра. Среди многочисленных работ, посвященных корпусному анализу письменной деловой коммуникации, следует отметить работу М. Гадесси, который на материале сравнительно небольшого корпуса «Сингапурский английский язык», объемом 66 240 слов, описал лексические характеристики делового общения в этой лингвокультуре. Опираясь на положения функциональной грамматики Халлидея, М. Гадесси, А. Хенри и Р. Розберри проанализировали различия и сходства между лексикой сингапурского английского языка и лексикой других региональных разновидностей английского языка. Сделав вывод, что сходств наблюдается гораздо больше, чем различий, ученые выдвинули идею выделения основной лексики международного делового английского языка [13].

Сравнительное исследование стратегий вежливости, используемых носителями и неносителями английского языка в деловых письмах, было проведено П. Майером [15]. Автор приходит к выводу, что социодискурсивная компетенция респондентов, для которых английский язык не является родным, значительно отличается от общепринятых норм вежливости носителей языка.

Данные различия сводятся к следующему: 1) респонденты – носители языка прибегали к менее формальным и более прямым средствам общения; 2) некоторые стратегии вежливости, т.е. благодарности и извинения, избегались неносителями языка; 3) респонденты – носители языка были менее прямыми в выражении просьбы; 4) респонденты – носители языка смягчали извинения и выражали благодарность больше, чем неносители языка.

Данные факты связаны с тем, что неносители языка не обладают достаточной коммуникативной компетенцией в формальном письменном общении. Кроме того, неносители языка не обладают достаточной дискурсивной компетенцией, которая позволяет им создавать длинные, сложные и связные тексты [Ibidem, p. 189-205].

2. Модальность и типы модальности в жанре делового письма

Существует множество определений термина *модальность*. Обратимся к некоторым из них. Впервые с точки зрения лингвистики проблему модальности рассматривал Ш. Балли. Он выделил *диктум* и *модус* как две составляющие предложения, которые рассматривались им как максимально простое выражение мысли, т.е. реакция на действительность, содержащая различные желания, намерения, оценки и пр. [2, с. 44]. Модальность, как семантическая категория, тесно связана с говорящим и передает оценку ситуации, представляет «субъективный образ мира, т.е. мира, пропущенного через призму сознания и восприятия говорящего» [6, с. 309]. В *Словаре иностранных слов* дается следующее определение модальности: *modalis* – относящийся к модусу, т.е. способу действия или восприятия; категория, выражающая степень достоверности суждения [8]. Если рассматривать модальность с точки зрения англоязычных авторов, то, согласно *Cambridge Dictionary*, модальность – это отношение говорящего и пишущего к миру. Оратор или писатель может выразить определенность, возможность, случайность или необходимость своего содержания [11].

Как мы видим, трактовка термина *модальность* достаточно широка. Рассмотрев определения модальности в различных русско- и англоязычных словарях, сделаем вывод о том, что понятие *модальности* следует рассматривать как понятийно-синтаксическую категорию, выражающую отношение говорящего к действительности посредством высказывания, в котором проявляется отношение высказывания к действительности и действительности к высказыванию. В соответствии с широким пониманием модальности выделяют *алетическую, эпистемическую и деонтическую* модальность [4, с. 113-116].

Алетическая модальность выражает характер связи между мыслимыми предметами (между субъектом и предикатом суждения). Модальными словами в английском языке являются: *can, should, by accident*. Одной из разновидностей модальности выступает *эпистемическая* модальность, выражающая субъективно-модальное значение оценки, мнения, суждения, достоверности/недостоверности. Выражается следующими словами: *perhaps, maybe, to be sure*. Как указывают М. Я. Блох и А. В. Аверина, «эпистемическая модальность относится к системе модальных грамматических категорий, в её семантике содержится оценка говорящим степени вероятности того или иного факта в прошлом/настоящем/будущем (субъективная эпистемическая модальность) или во вневременной перспективе (объективная эпистемическая модальность)... <...> ...эпистемическая модальность может быть выражена имплицитно или эксплицитно». Таким образом, «любое предложение можно рассматривать как оценку говорящим степени вероятности высказывания» [3, с. 45-46]. Под эпистемическими высказываниями некоторые авторы понимают совокупность суждений, отражающих субъективное отношение человека к действительности. В содержательном плане эпистемические высказывания входят в область эпистемической семантики, которая включает в себя понятие мнения, предположения, допущения, сомнения и т.д. Так, например, как считает А. С. Потапенко, одной из функций эпистемической модальности является её использование в качестве средства смягчения категоричности высказывания [7, с. 20].

Деонтическая модальность рассматривается как характеристика практического действия с точки зрения системы норм [5]. Нормативность действия выражается при помощи операторов «необходимо», «обязательно», «запрещено», «разрешено». Деонтическая модальность рассматривается как категория текстовой деятельности, содержание которой заключается в раскрытии позиции отправителя сообщения и воздействии на адресата. Используются слова: *must, have to, need, may*.

Виды субъективной модальности выражаются модальными глаголами, которые часто классифицируются на три группы: эпистемические модальные глаголы, выражающие оценку степени правдоподобности референтной ситуации со стороны говорящего (*can, may, might, could*); модальные глаголы, выражающие необходимость (*ought, should, must*); модальные глаголы волеизъявления (*will, would, shall*) [12].

Модальность является неотъемлемой характеристикой жанра делового письма, типы и способы выражения которой различаются в разных лингвокультурах, что находит отражение в коммуникации на неродном языке. Этот феномен требует изучения, поскольку позволяет установить специфику коммуникативного поведения представителей различных культур и оптимизировать межкультурную коммуникацию.

3. Частотность использования модальных глаголов в обоих корпусах

Таблица 1 предоставляет информацию о частотности использования модальных глаголов в сравниваемых корпусах. В таблице представлены модальные глаголы, выражающие вероятность (*can, may, might, could*), необходимость (*ought, should, must*), и глаголы, передающие волеизъявление отправителя сообщения и прогнозирующие наступление возможных событий (*will, would, shall*).

Полученные данные могут быть представлены в виде ящичной диаграммы, позволяющей получить визуальное представление о частотности использования модальных глаголов в сравниваемых корпусах.

Как видно из Рисунка 1, частотность использования модальных глаголов в корпусе деловых писем (BLC) не отличается от их использования в корпусе, состоящем из текстов, написанных носителями языка.

Следует отметить, что в обоих корпусах наиболее употребляемыми модальными глаголами являются *can, would, will*. Рисунок показывает, что использование модального глагола *will*, имеющего значение волеизъявления и наступления прогнозируемых событий, является статистически наиболее частым среди остальных модальных глаголов в обоих корпусах деловых писем, о чем свидетельствуют крайние верхние точки, изображенные на диаграмме. Употребление данного глагола составляет 39,2% от общего числа модальных глаголов в корпусе BLC и 34,5% в корпусе LBLC. Следующим наиболее частым глаголом является *can*, который составляет 17,9% всех случаев использования модальных глаголов в корпусе BLC и 14,5% в корпусе LBLC. Модальный глагол *can* используется для выражения просьбы, и его частотность значительно превышает использование более вежливой формы *could*, например:

Таблица 1. Частотность использования модальных глаголов в корпусах BLC и LBLC

Модальные глаголы	Корпус деловых писем (BLC)		Корпус деловых писем на английском языке (LBLC)	
	Абсолютная частота	Нормированная частота	Абсолютная частота	Нормированная частота
Will	7 657	76,57	174	51,32
Would	3 460	34,6	116	34,21
Can	3 494	34,94	73	21,53
Shall	737	7,37	35	10,32
Should	1 211	12,11	36	10,62
May	1 116	11,16	32	9,44
Must	590	5,9	10	2,95
Could	824	8,24	21	6,19
Might	419	4,19	6	1,77
Итого	19 508	195,08	503	148,35

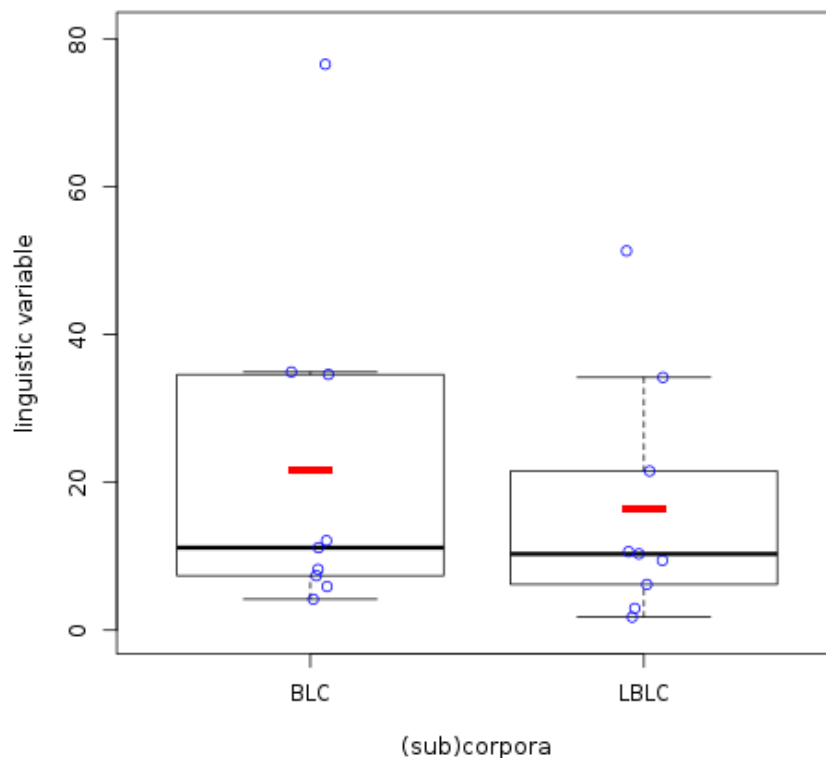


Рисунок 1. Распределение модальных глаголов в сравниваемых корпусах

Can you please advise a time range where I can call you? (051) (здесь и далее в скобках указывается номер документа в корпусе) [14]. / Подскажите, пожалуйста, во сколько можно Вам позвонить?; I shall be delighted if we **can** be of service to you in any way (2:24:00296) (здесь и далее указывается номер строки в корпусе) [10]. / Мне было бы приятно, если мы могли бы быть Вам полезны тем или иным образом.

Отметим, что просьба в более вежливой форме, при использовании модального глагола *could* или *would*, содержится в обоих корпусах, например:

When submitting your draft, **would** you please enclose the following documents? (2:22:00822) [Ibidem]. / При предоставлении проекта документа приложите, пожалуйста, следующие документы; I would be grateful if you **could** send a replacement and refund my postage (9874 \$) (117) [14]. / Буду признателен, если Вы замените товар и возместите мне почтовые расходы (9 874 долл. США).

В отношениях с партнерами конвенции английского делового стиля предписывают почти полный отказ от глагола *must*, что отражено в таблице частотности употребления. Исключением являются случаи, когда важно подчеркнуть жесткую необходимость, недовольство неисполнением обязательств, например: However, this matter **must** be resolved before we can move forward (Z13:00145) [10]. / Однако этот вопрос должен быть решен, прежде чем мы сможем двигаться дальше.

В деловых письмах корпуса LBLC данный глагол не используется в деонтической модальности, но передает уверенность в наступлении какого-либо события, например:

The shipment of promotional items **must** arrive soon, and I hoped you might be able to provide me with an idea of when I can receive them in our office (132) [14]. / Отправленная рекламная продукция должна скоро прийти, и я надеюсь, что Вы подскажете мне, когда я смогу получить ее в нашем офисе.

Заключение

В данной статье представлены результаты изучения специфики типов модальности, используемых в текстах корпуса деловых писем, написанных авторами, для которых английский язык не является родным (LBCL), по сравнению с аутентичной деловой корреспонденцией. Статистически значимых различий в общей частоте употребления модальных глаголов в письменной речи в сравниваемых корпусах не установлено. В текстах деловых писем в арабской лингвокультуре так же, как и в корпусе BLC, наиболее употребляемыми являются модальные глаголы *would, will*, передающие модальность волеизъявления. Глагол *shall*, передающий модальность долженствования и характерный в большей степени для юридического дискурса, используется в два раза чаще в исследуемом корпусе LBLC, чем в корпусе аутентичной деловой коммуникации, в котором преобладает глагол *must*. Реже в исследуемом корпусе LBLC используется эпистемическая модальность, передаваемая глаголами *could, may, might* и смягчающая категоричность высказывания. Таким образом, в текстах деловых писем арабской лингвокультуры присутствуют все основные типы модальности – волеизъявления, деонтическая и эпистемическая, – ведущей из которой является модальность волеизъявления. Языковые средства объективации модальности долженствования различаются в сравниваемых корпусах, что может быть обусловлено культурными конвенциями делового речевого поведения.

Список источников

1. Анисимова Т. В. Типология жанров деловой речи: риторический аспект: дисс. ... д. филол. н. / Кубанский государственный университет. Краснодар, 2000. 417 с.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Изд-во иностранной литературы, 1955. 416 с.
3. Блох М. Я., Аверина А. В. Поле эпистемической модальности в пространстве текста: монография. М.: МПГУ, 2011. 154 с.
4. Васильева Л. В. Теоретические подходы в изучении модальности // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». 2009. Вып. 44. С. 113-116.
5. Ивин А. А. Логика норм. М.: Изд-во МГУ, 1973. 121 с.
6. Плунгян В. А. Общая морфология: введение в проблематику. Изд-е 2-е. М.: Едиториал УРСС, 2003. 384 с.
7. Потапенко А. С. Семантико-синтетические и прагматические свойства базисных эпистемических глаголов испанского и английского языков: дисс. ... к. филол. н. Пятигорск, 2003. 188 с.
8. Словарь иностранных слов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.megaslov.ru/> (дата обращения: 06.02.2019).
9. Bhatia V. K. Analyzing Genre: Language Use in Professional Settings. L. – N. Y.: Longman, 1993. 246 p.
10. Business Letter Corpus of English (BLC) [Электронный ресурс]. URL: <https://www2.fgw.vu.nl/resources/corpora/detail.php?idnr=27> (дата обращения: 09.01.2019).
11. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 15.02.2019).
12. Coates J. The semantics of the modal auxiliaries. L.: Croom Helm, 1993. 259 p.
13. Ghadessy M., Henry A., Roseberry R. L. Small corpus studies and ELT: Theory and practice. Amsterdam: Benjamin, 1992. 420 p.
14. Learner Business Letter Corpus (LBLC). Корпус 160 деловых писем на английском языке, написанных компаниями Объединенных Арабских Эмиратов.
15. Maier P. Politeness strategies in business letters by native and non-native English speakers // English for Specific Purposes. 1992. Vol. 11. Iss. 3. P. 189-205.
16. Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. A comprehensive grammar of the English. L.: Longman Group, Ltd., 1985. 1779 p.
17. Santos V. B. M. P. Genre analysis of business letters of negotiation // English for Specific Purposes. 2002. Vol. 21. Issue 2. P. 167-199.
18. Swales J. M. Genre analysis: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. 288 p.
19. Valero-Graces C. Contrastive ESP rhetoric: Metatext in Spanish English economics texts // English for Specific Purposes. 1996. Vol. 15. Iss. 4. P. 279-294.
20. Vergaro C. Discourse strategies of Italian and English sales promotion letters // English for Specific Purposes. 2004. Vol. 23. Iss. 2. P. 181-207.

SPECIFICITY OF MODALITY TYPES IN “BUSINESS LETTER” GENRE IN CROSS-CULTURAL ASPECT (BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH-LANGUAGE BUSINESS COMMUNICATION)

Al-Bayati Yassien Shareef Saed

Volgograd State University
yassienshareef@yahoo.com

Relevance of the work is conditioned by interest in the problems of business communication genres functioning in the English language. On the basis of the material of the representative specialized corpus of business letters collected from both public and private companies of the United Arab Emirates, the author aims to describe the language specificity of the data samples of written business communication and to reveal statistically significant differences in the use of modal verbs between authentic texts and the studied corpus. In the article, differences in the frequency of using modal verbs are analysed, and the dominant types of modality are identified.

Key words and phrases: business letter; modality; modal verb; types of modality; business discourse; corpus linguistics; frequency of use.