

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.12.71>

Ветринская Виктория Владиславовна, Полякова Наталия Владимировна,
Шабанова Вероника Петровна

**КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Настоящая статья посвящена лингвистическому исследованию категории вежливости как залого успешной письменной деловой коммуникации. В связи с этим важным является понимание того, что коммуникативные намерения и их восприятие адресатом определяются набором социальных, национально-культурных норм, принятых в бизнес-сообществе. Целью данной работы является сравнение языковых средств, служащих для выражения категории вежливости в письменной деловой коммуникации в немецком и французском языках. Материалом для анализа послужили образцы различных видов деловых писем. Изучение показало, что представители двух европейских культур в письменной деловой коммуникации в одинаковой степени используют более вежливые дистанцированные формы, даже если в приватном общении собеседники употребляют неформальные средства обращения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/12/71.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 12. С. 351-356. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/12/

© 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

Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание

Comparative Historical, Typological and Contrastive Linguistics

УДК 81

Дата поступления рукописи: 16.10.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.12.71>

Настоящая статья посвящена лингвистическому исследованию категории вежливости как залого успешной письменной деловой коммуникации. В связи с этим важным является понимание того, что коммуникативные намерения и их восприятие адресатом определяются набором социальных, национально-культурных норм, принятых в бизнес-сообществе. Целью данной работы является сравнение языковых средств, служащих для выражения категории вежливости в письменной деловой коммуникации в немецком и французском языках. Материалом для анализа послужили образцы различных видов деловых писем. Изучение показало, что представители двух европейских культур в письменной деловой коммуникации в одинаковой степени используют более вежливые дистанцированные формы, даже если в частном общении собеседники употребляют неформальные средства обращения.

Ключевые слова и фразы: письменная деловая коммуникация; языковая вежливость; конвенциональная вежливость; языковая норма; социальная норма; национально-культурная норма.

Ветринская Виктория Владиславовна, к. пед. н., доцент
Российский университет дружбы народов, г. Москва
vita7.68@list.ru

Полякова Наталия Владимировна, к. филол. н., доцент
Шабанова Вероника Петровна, к. филол. н., доцент
Московский государственный областной университет
movistar_82@hotmail.com; vp.shabanova@mngou.ru

КАТЕГОРИЯ ВЕЖЛИВОСТИ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)

Коммуникативные намерения и их восприятие адресатом определяются набором социальных, национально-культурных норм, принятых в бизнес-сообществе. Одним из условий успешного делового общения является соблюдение правил, законов и норм, «которые используются для интерпретации жизненного опыта и формирования норм социального поведения» [4, с. 10]. В связи с этим анализ категории вежливости представляет несомненный интерес в условиях деловой и профессиональной коммуникации. Выявление общих закономерностей и различий в понимании категории вежливости в западноевропейских странах вносит вклад в обеспечение эффективной деловой коммуникации, что делает данное исследование актуальным.

Целью данной статьи является характеристика и сравнение национально-культурных особенностей коммуникативного поведения представителей германского и французского бизнес-сообщества и описание грамматических и лексических средств, которыми представлена категория вежливости в современной деловой коммуникации в немецком и французском языках. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: выявить особенности проявления категории вежливости в письменной деловой коммуникации (социальный аспект); описать грамматические средства выражения категории вежливости в деловых письмах в немецком и французском языках; выявить различия/сходства в понимании категории вежливости в немецком и французском языках.

Материалом для исследования послужили образцы видов деловых писем (запрос, подтверждение, предложение и т.д.). В качестве источников текстов на французском и немецком языках были использованы образцы деловой переписки германских и французских фирм. Также были использованы тексты писем из учебных пособий следующих зарубежных авторов: Л. Ба, С. Эснар [7], Р. Кадис, А. Нишимата [13], Б. Ведман-Тосюнер [15], Р. Дюден [10].

Научная новизна данной работы определяется тем, что статья вносит вклад в анализ прагматических аспектов вербальной деловой коммуникации, обобщает и развивает знания о категории языковой вежливости в русле деловой коммуникации.

В средневековой Европе понятие «вежливость» понималось как придворный этикет, определяющий поведение аристократии. Так, немецкое слово “Höflichkeit” произошло от свн. “hovelich” – “hofgemäß, fein, gebildet und gesittet” [9, S. 288] (отвечает правилам, принятым в обществе, изысканный, образованный, воспитанный), т.е. поведение, принятое при дворе.

Аналогичное понятие существует и во французском языке: французское слово “courtoisie” восходит к старофранцузскому “courtois” – “qui appartient à la cour” (принадлежащий ко двору) + суффикс *-ie* [12].

Особое место в системе французских национальных ценностей отводится понятию “savoir-vivre”. “Pour se sentir à l’aise dans un pays étranger, il ne suffit pas d’en parler la langue. Toute communication avec des personnes d’une culture différente comporte une ensemble d’attitudes, de gestes, de marques de politesse qui parfois nous échappent, souvent nous déconcertent, tant elles peuvent varier d’un pays à l’autre. Connaître ces règles, plus ou moins codifiées qui constituent le ‘savoir-vivre’ d’un peuple, est donc tout aussi essentiel que de connaître la grammaire d’une langue pour en comprendre la structure” [11, p. 4]. / «Чтобы чувствовать себя комфортно в чужой стране, недостаточно говорить на языке. Любое общение с людьми другой культуры включает в себя набор взглядов, жестов, знаков вежливости, которые ускользают от нас, зачастую приводят нас в замешательство, поскольку они могут варьироваться в зависимости от страны. Таким образом, знание этих правил, более или менее кодифицированных, составляющих “жизненный смысл” народа, так же важно, как и знание грамматики языка для понимания его структуры” (здесь и далее перевод авторов статьи. – В. В., Н. П., В. Ш.), – то есть знание этикета, вежливость, воспитанность, умение жить в обществе составляют важную часть информационного запаса человека, изучающего другую культуру. На современном историческом этапе понимание вежливости также претерпевает определенные изменения. Особое влияние на эти изменения оказывают расширяющиеся межкультурные контакты.

Проблема изучения вежливости давно привлекала внимание как зарубежных (О. Бехагель, Э. Лерх, Ф. Кайнц, В. Хаверс, Р. Якобсон и др.), так и отечественных лингвистов (Л. В. Щерба, Л. П. Якубинский, А. Н. Смирнитский, В. В. Виноградов и др.). Основное внимание в исследованиях уделяется этическому и психологическому аспектам вежливости, а также языковым стратегиям и тактикам вежливого поведения. В XX веке вежливость остается объектом изучения лингвистики и социальных наук (П. Браун, С. Левинсон, Дж. Лич, Г. Грайс, Э. Гоффман, С. Вайль, Л. Кастлер, Е. А. Земская, В. Г. Костомаров, Н. И. Формановская и др.).

Большинство работ, посвященных изучению категории вежливости, анализируют этот феномен в рамках прагматики. С точки зрения прагматического анализа, важным являются целевая направленность высказывания, социальные роли коммуникантов, условия коммуникации, этикетные нормы речевого общения. Рассмотрим эти компоненты применительно к деловому общению.

Основными целями делового общения являются обмен информацией; формирование или изменение отношения к себе (как к индивидууму и как к деловому партнеру), к своей компании, т.е. «каждый из коммуникантов стремится решить прежде всего актуальные для своей профессии задачи» [1, с. 67].

В рамках делового общения между коммуникантами складываются различные типы отношений. Это обусловлено тем, что участники делового общения занимают различные позиции на иерархической лестнице. В этой связи принято говорить о субординационных (по вертикали) и партнерских (по горизонтали) отношениях. Для субординационных отношений (руководитель – подчиненный) важным является социальный статус коммуникантов и административно-правовые нормы.

Языковая вежливость предоставляет возможность коммуникантам «не только воздействовать друг на друга и регулировать межличностные отношения, но и ориентироваться в сложной иерархии общественных взаимоотношений. Признается социальная дифференциация норм вежливости и их роль как идентифицирующего фактора» [5, с. 58]. Социальная дифференциация отчетливо прослеживается при сравнении образцов документов восходящего типа деловой коммуникации (от подчиненного к начальнику) и писем с нисходящим типом коммуникации. Для первого типа характерным является уважительный тон сообщения, использование просьбы, рекомендации, оформленные с помощью модальных глаголов, вопросительной структурой предложения, условными придаточными предложениями и сослагательным наклонением. Для документов второго типа коммуникации характерно употребление повелительного наклонения, утвердительных предложений, отсутствие развернутого аргументирования.

Документы в рамках горизонтальной коммуникации (между коммуникантами, равными по статусу) характеризуются меньшей официальной, отсутствием жесткой модальности и императива [2, с. 35; 14, p. 97]. Таким образом, для деловой коммуникации определяющими являются такие характеристики коммуникантов, как их возраст, профессия, уровень образования, занимаемая должность.

Рассматривая вежливость как социальное явление, следует различать конвенциональную и индивидуальную вежливость. Анализируя категорию вежливости в условиях письменной деловой коммуникации, мы, прежде всего, рассматриваем конвенциональную вежливость, связанную с формулами речевого этикета, т.к. успешность делового общения зависит от соблюдения норм социального поведения. «Под речевым этикетом понимают

ся регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [6, с. 23].

Следует отметить, что на речевое поведение коммуникантов оказывают влияние нормы национальной культуры. Таким образом, при обучении студентов письменной деловой коммуникации важно не только уделять внимание соблюдению языковых норм, но и учитывать требования норм определенной культуры.

Речевой этикет может реализовываться на разных языковых уровнях: на лексическом, грамматическом, стилистическом. Проиллюстрируем данное положение на конкретных примерах деловых писем. В настоящей статье мы не рассматриваем сообщения, передаваемые по электронной почте, так как, несмотря на канал передачи информации, они имитируют устное общение (телефонный разговор) между партнерами. Это происходит благодаря скорости передачи сообщения, что обеспечивает быстроту и своевременную последовательность почты и контрпочты [8].

Деловые письма на бумажном носителе несут также невербальную информацию. Она передается, например, с помощью графического дизайна документа, качества используемой бумаги.

Существует достаточное многообразие средств выражения вежливости в языке. Они представлены на уровне лексики и фразеологии, на грамматическом и стилистическом уровнях. Рассмотрим некоторые из них.

Личные местоимения и обращение

Личные местоимения тесно связаны с категорией вежливости. С их помощью реализуется степень вежливости высказывания, обозначаются различия в статусе между коммуникантами. В немецком и французском языках существуют обращения на ТЫ и на ВЫ (DU – SIE, TU – VOUS (ТЫ – ВЫ)), с которыми согласуются глагольные формы.

Употребление DU в немецком языке и TU во французском является нейтральным при официальном общении. Коллеги, занимающие одинаковую позицию, могут обращаться друг к другу с помощью SIE/VOUS, если хотят сохранить определенную дистанцию. Переход на форму обращения DU происходит при более близком знакомстве и должен быть оговорен.

Например, поздравления.

Официальное поздравление руководителя немецкого предприятия с юбилеем:

Sehr geehrter Herr Winter,

als Mitarbeiter Ihres Unternehmens gratulieren wir Ihnen herzlich zum 50. Geburtstag... /

Многоуважаемый господин Винтер,

От лица сотрудников Вашего предприятия сердечно поздравляем Вас с 50-летним юбилеем...

Поздравление генерального директора французской компании своего коллеги с Новым Годом:

Cher Collègue et Ami,

Je vous présente tous mes meilleurs vœux pour l'année nouvelle... /

Дорогой Коллега и Друг,

Всего Вам наилучшего в Новом Году...

Дружеское поздравление:

Нем.: Lieber Martin,

zu deinem 30. Geburtstag gratulieren wir dir herzlich! /

Дорогой Мартин,

Сердечно поздравляем тебя с твоим 30-летием!

Фр.: Cher Tony,

C'est avec beaucoup de Bonheur, mais aussi le sentiment, enfin, de te voir arriver là où tu devais être depuis longtemps que j'apprends ta nomination au poste de chef de service. /

Дорогой Тони,

Я очень рад узнать о твоём назначении на должность руководителя департамента. Ты давно заслуживаешь это.

Многие исследователи отмечают, что на современном этапе в письменной деловой коммуникации произошел переход от жесткой формальной вежливости к симуляции близости, более эмоциональному тону, что затронуло и употребление местоимений, и формы обращения к адресату (Й. Буша, Ф. Каммерер, К. Анкенбранд). Например, при более продолжительном общении официальное обращение *Sehr geehrter Herr... / Sehr geehrte Frau...* заменяется на менее официальное *Lieber Herr... / Liebe Frau...* Во французском языке также отмечается замена традиционных средств приветствия *Cher/Chère* на просто *Bonjour* [3].

В деловой корреспонденции адресат может быть назван по имени, титулу, профессии. Например, в немецком языке: *Sehr geehrte Frau Professor / Sehr geehrter Herr Dr. Müller / Sehr geehrter Herr Bundespräsident* (Многоуважаемая г-жа Профессор / Многоуважаемый г-н Доктор Мюллер / Многоуважаемый г-н Президент). Примеры из французского языка: *Monsieur le Directeur / Madame la Secrétaire / Mon Cher Collègue* (Г-н директор / Г-жа секретарь / Уважаемый коллега). Обращения в большинстве случаев ставятся в начале письма, т.к. играют ведущую роль в «коммуникативном сотрудничестве» коммуникантов.

Императив и синонимичные побудительные конструкции

В деловых письмах можно выделить различные типы побуждения от приказа до просьбы в зависимости от цели высказывания, отношений между коммуникантами, степени настоятельности побуждения и др.

Следует заметить, что «уровень вежливости может не зависеть от степени категоричности, типа синтаксической конструкции и типа речевого акта. Вежливость определяется ситуацией» [5, с. 79].

В немецком языке категорическое побуждение может быть выражено различными грамматическими формами. В деловых письмах это может быть:

– глагол в форме императива:

Bitte teilen Sie mir unverzüglich mit, ob Sie diesen Termin einhalten können... / Пожалуйста, срочно сообщите мне, сможете ли Вы уложиться в эти сроки...;

– глагол (требовать, просить, предлагать) + инфинитивный оборот с ZU:

Ich fordere Sie auf, den Auftrag so auszuführen, wie es vereinbart war. / Я призываю Вас выполнить задание в соответствии с договоренностью;

– императив с глаголом lassen:

Bitte lassen Sie den Computer am 18. November 2018 ab 9 Uhr in meinem Büro abholen. / Пожалуйста, заберите компьютер в моем офисе с 9 утра 18 ноября 2018 года;

– глагол в презенсе:

Am 8. Juli 2019 um 14.30 Uhr treffen wir uns hier vor Ort, um... / 8 июля 2019 года в 14.30 мы встречаемся на месте, чтобы...;

– высказывания с глаголом müssen:

Ihr Angebot muss spätestens am 15. Mai 2019 schriftlich vorliegen. / Ваше предложение должно быть представлено в письменной форме не позднее 15 мая 2019 года;

– высказывания с конструкцией “sein + zu + Infinitiv”:

Einziges, was zu klären ist... / Единственное, что нужно уточнить...

Наиболее категоричными являются высказывания с глаголом müssen (должен). Просьба в форме императива в сопровождении слова «пожалуйста» является нейтральной. Нейтральными являются также приказания/просьбы, выраженные императивом с глаголом lassen (велеть, разрешать).

Что касается французского языка, то французская ассоциация по нормализации (Association Française de Normalisation), занимающаяся разработками норм французского делового письма, рекомендует смягчать тон в деловой переписке, стараться избегать форм повелительного наклонения. Например, вместо *Envoyez-moi votre catalogue. / Пришлите мне свой каталог* предпочтительнее написать *Veillez m'adresser votre catalogue. / Пожалуйста, пришлите мне свой каталог.*

Для выражения просьбы/приказа во французской деловой корреспонденции встречаются также следующие формулировки:

Nous vous prions (instamment) de ((Убедительно) просим Вас)

Veillez bien (Пожалуйста)

Nous vous prions de bien vouloir (Просим Вас)

Nous vous serions obligés / reconnaissants de bien vouloir (Будем Вам признательны)

Nous tenons à vous demander de

(Хотели бы попросить Вас)

Prière de (Просьба)

Vous nous obligerez en nous donnant des renseignements sur... (Будем обязаны Вам за информацию о...)

nous envoyer / faire parvenir / adresser /

livrer dans les plus brefs délais /

(выслать/предоставить нам как можно скорее)

nous renseigner sur... / nous informer

(сообщить нам о...)

nous faire savoir / connaître (сообщить нам о...)

nous fournir (l'information sur...) (предоставить нам информацию о...)

Помимо повелительного наклонения во французском деловом письме следует также избегать прямого вопроса. Так, вместо *Quand pourrez-vous nous livrer des marchandises? / Когда Вы сможете доставить товар?* в деловой переписке мы встретим *Veillez nous indiquer la date de livraison. / Пожалуйста, сообщите нам дату доставки.*

Сослагательное наклонение

Говоря о грамматическом выражении категории вежливости в немецком и французском языках, нельзя не остановиться на конструкциях с использованием сослагательного наклонения, употребление которых снижает категоричность высказывания. Можно выделить различные сферы употребления конструкций с конъюнктивом в деловой корреспонденции, например, в немецком языке:

– выражение модальности:

Sollte die Frist aus irgendwelchen Gründen nicht eingehalten worden sein, kündige ich... / Если по какой-то причине срок не будет соблюден, я прекращаю...;

– желания; условия:

Für den Fall, dass Ersatzunterricht angeboten wird, würde Sabine gern am Ethikunterricht teilnehmen. / В случае если предлагается альтернативное обучение, Сабина хотела бы принять участие в уроках этики.

Wir möchten uns mit Ihnen beraten, damit... / Мы хотели бы проконсультироваться с Вами, чтобы...

Во французском языке сослагательное наклонение также широко используется в деловой переписке. Среди наиболее употребимых конструкций можно отметить:

Pourriez-vous... / Не могли бы Вы...

Voudriez-vous... / Не могли бы Вы...

Nous aimerions... / Мы бы хотели...

Nous vous serions obligés de... / Были бы Вам признательны за...

Vous serait-il possible de nous communiquer... / Не могли бы Вы сообщить нам...

Например:

Vous serait-il possible de nous communiquer l'adresse d'un autre fournisseur. / Не могли бы Вы сообщить нам адрес другого поставщика.

Nous aimerions pouvoir essayer les articles mentionnés. / Мы хотели бы испробовать перечисленные товары.

Употребление сослагательного наклонения с ограничительной функцией является признаком выражения вежливости, тактичного поведения. Как видно из приведенных примеров, с сослагательным наклонением часто используются модальные глаголы, которые усиливают и подчеркивают вежливое обращение, «чтобы своими желаниями как можно меньше стеснить партнера по коммуникации и оставить ему свободу ответить отказом, чего тот, будучи также вежливым, как правило, не делает» [16, S. 257].

Рутинные формулы

В письменной деловой коммуникации для выражения категории вежливости большое значение имеют рутинные формулы. Стоит отметить, что для выражения более уважительного отношения употребляются более формальные выражения. Особенно ярко это проявляется на примере форм окончания делового письма. Например, в немецком языке:

Vielen Dank für Ihre Mühe. / Большое спасибо за Ваши усилия.

Mit freundlichen Grüßen. / С наилучшими пожеланиями.

Freundliche Grüße aus dem Druckhaus Meermann und Partner. / С уважением, Druckhaus Meermann und Partner.

Во французском языке из заключительных формулировок наиболее часто встречаются:

Je vous prie de (d') agréer... mes sentiments / mes salutations distingués(es) / dévoués(es) / les meilleurs(es) / respectueux(euses). / Примите мои наилучшие пожелания.

Cordialement. / С уважением.

Très cordialement. / С большим уважением.

Salutations respectueuses. / С уважением.

Amicalement. / Искренне Ваш/твой.

Таким образом, можно отметить, что категория вежливости является неотъемлемой частью социального взаимодействия, в деловой коммуникации является отражением служебного положения коммуникантов. Анализируя образцы официальных деловых писем на немецком и французском языках, приходим к выводу, что для деловой корреспонденции характерной является конвенциональная вежливость. Если рассматривать деловую переписку по электронной почте, то можно говорить о сдвиге в сторону индивидуальной вежливости, однако в данной статье мы не рассматривали данный вид корреспонденции.

Можно сделать вывод о том, что проявление категории вежливости в деловой переписке не является изолированным, а является характерным для всех грамматических форм проявления (от обращения, употребления модальных глаголов, императива, сослагательного наклонения и др.).

Категория вежливости определяется национально-культурными особенностями коммуникантов. Сравнение образцов деловых писем на французском и немецком языках не выявило значительных различий в понимании и употреблении категории вежливости. Выявленные особенности свидетельствуют о том, что тексты письменной деловой коммуникации в двух языках используют более вежливые дистанцированные формы, даже если в приватном общении собеседники употребляют неформальные средства обращения. Речевые формы приветствия, извинения, благодарности, начала и завершения разговора в значительной степени являются социальными индикаторами. Это позволяет делать вывод о том, что мы можем говорить об общеевропейских этикетных нормах письменной деловой коммуникации.

Список источников

1. Азимов Е. Г., Щукин А. Н. Словарь методических терминов (теория и практика преподавания языков). СПб.: Златоуст, 1999. 472 с.
2. Матюшенко В. В. Обучение письменной деловой коммуникации на занятиях по немецкому языку в неязыковых вузах (экономический профиль): дисс. ... к. пед. н. М., 2007. 235 с.
3. Полякова Н. В., Скитина Н. А., Шабанова В. П. Языковая идентичность делового электронного письма (на материале французского и английского языков) // Научный диалог. 2018. № 10. С. 118-129.
4. Самохина Т. С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. М.: Р.Валент, 2005. 216 с.
5. Соловьева И. В. Репрезентация категории вежливости в современном немецком языке: дисс. ... к. филол. н. М., 2000. 196 с.
6. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. Изд-е 5-е. М.: URSS, 2015. 160 с.
7. Bas L., Hesnard C. La correspondance commerciale française. P.: Nathan, 2013. 160 p.
8. Bittner J. Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2003. 324 S.
9. Duden. Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache / überarbeitete und aktualisierte Auflage. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2015. 960 S.
10. Duden. Duden Ratgeber – Geschäftskorrespondenz: Professionelle Briefe und E-Mails schreiben Taschenbuch. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2014. 320 S.

11. Grand-Clément O. *Savoir-vivre avec les Français. Que faire? Que dire?* P.: Hachette, 1996. 96 p.
12. <http://www.universalis.fr/encyclopedie/courtoisie/> (дата обращения: 27.09.2019).
13. Kadyss R., Nishimata A. *Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs*. Carrés Rouge: Gualino, 2018. 240 p.
14. Vishnyakova O. D., Polyakova N. V. Linguistic and functional cognitive peculiarities of media language as the basis of interpretations in the communicative sphere // *Training Language and Culture*. 2017. Vol. 1. № 2. P. 86-101.
15. Wedmann-Tosuner B. *Geschäftsbriefe geschickt formulieren: Korrespondenz als Imageträger*. Regensburg: WALTHALLA Fachverlag, 2011. 260 S.
16. Weinrich H. *Textgrammatik der deutschen Sprache*. Mannheim – Leipzig – Wien – Zürich: Bibliografisches Institut, Dudenverlag, 1993. 1111 S.

**CATEGORY OF POLITENESS AS A CONDITION FOR SUCCESSFUL BUSINESS COMMUNICATION:
LINGUISTIC ASPECT (BY THE MATERIAL OF THE GERMAN AND FRENCH LANGUAGES)**

Vetrinskaya Viktoriya Vladislavovna, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
vita7.68@list.ru

Polyakova Nataliya Vladimirovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Shabanova Veronika Petrovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Moscow Region State University
movistar_82@hotmail.com; vp.shabanova@mgou.ru

The article provides a linguistic analysis of the category of politeness as a condition for successful written business communication. In this connection, it's important to understand that communicative intentions and their perception by an addressee are determined by a set of social, national and cultural norms adopted by the business community. The paper aims to compare linguistic means serving to express the category of politeness in written business communication in the German and French languages. The research material includes different types of business letters. The analysis indicates that the representatives of the two European cultures equally use more polite generalized forms in written business communication, even if in private communication, the communicants use informal ways of address.

Key words and phrases: written business communication; linguistic politeness; conventional politeness; language norm; social norm; national and cultural norm.

УДК 811.11

Дата поступления рукописи: 10.09.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.12.72>

В статье впервые рассматриваются и анализируются фразеологические единицы (далее – ФЕ) из произведения Д. Г. Лоуренса «Пернатый змей». Статья освещает причины обращения к данной теме, указывает на особенность художественного почерка писателя, заключающегося в использовании разнообразных ФЕ, приводит примеры всех видов авторской трансформации ФЕ в соответствии с одной из наиболее популярных классификаций контекстуального использования ФЕ, характеризует перевод указанных ФЕ на русский язык. В заключение сделан вывод о многообразии используемых ФЕ в указанном произведении и качестве их перевода.

Ключевые слова и фразы: фразеологическая единица; авторская трансформация фразеологических единиц; перевод фразеологических единиц с авторской трансформацией; Д. Г. Лоуренс; контекстуальное употребление ФЕ.

Гололобова Наиля Ирековна

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ach_nailya@mail.ru

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С АВТОРСКИМИ ТРАНСФОРМАЦИЯМИ
И ИХ ПЕРЕВОД В РОМАНЕ Д. Г. ЛОУРЕНСА «ПЕРНАТЫЙ ЗМЕЙ»**

В последнее время все больше исследователей в области фразеологии обращают свое внимание на изучение фразеологических единиц (далее ФЕ) не только на уровне языка, но и на речевом уровне, в рамках дискурса. В связи с этим сохраняется актуальным изучение ФЕ на материале художественных произведений, принадлежащих перу современных и классических авторов. Одним из таких авторов, обладающим особым мастерством в активном использовании и трансформации ФЕ, является Д. Г. Лоуренс. Однако при большом количестве критических работ, посвященных творчеству этого крупного английского писателя XX века, изучению его способностей мастерского использования ФЕ не посвящено каких-либо значимых исследований.

Кроме того, в современном мире в эпоху глобализации наряду с научными трудами все больше художественных произведений выходят на английском языке. В связи с этим возрастает число требований к мастерству переводчиков художественных произведений, адекватности их перевода с английского языка. Перевод ФЕ при этом занимает особую нишу, широко известно мнение о «непереводимости» ФЕ [3, с. 179],