

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОУ ВПО «ЧУВАШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И. Я. ЯКОВЛЕВА»

ПЕРЕВОД И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

по материалам III Всероссийской научно-
практической конференции с международным участием
«Актуальные вопросы филологии и лингводидактики»

*Чебоксары
6-7 ноября 2008 г.*

Чебоксары
2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЯЗЫКОВАЯ СИСТЕМА И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

<i>Егорова Е. П. (г. Чебоксары)</i> Языковое манипулирование как аспект политической лингвистики.....	3
<i>Зайцева Е. Л., Харитоновна Л. А. (г. Чебоксары)</i> Аффиксальное выражение оценки в русском и французском языках.....	7
<i>Захарова Р. В., Максимов Д. А. (г. Чебоксары)</i> Особенности французского молодежного сленга.....	11
<i>Зейнутдинова Э. Ш. (г. Чебоксары)</i> Молодежный сленг в современном французском языке	14
<i>Коптева О. В., Назырова А. С. (г. Чебоксары)</i> Англо-американизмы в немецкой рекламе как следствие лингвистической глобализации	18
<i>Корицкова О. В. (г. Челябинск)</i> Аутентичный текст как средство развития социокультурных умений и навыков студентов вуза.....	21
<i>Ксенофонтова М. Г. (г. Чебоксары)</i> Scots, Scottis, Scottish, Scotch	24
<i>Мальченко А. А. (г. Тула)</i> Английский язык в российской рекламе.....	28
<i>Свинцова Ж. В., Алексеева Д. Г., Назырова А. С. (г. Чебоксары)</i> Влияние немецкого языка на речь выходцев из русскоязычных стран, постоянно проживающих в Германии.....	32
<i>Тойкина О. В. (г. Ижевск)</i> Основные требования к оформлению делового письма в Германии и России.....	36

ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Варданян Л. В. (г. Саранск)</i> Проблемы межкультурной коммуникации в полиэтническом и поликонфессиональном обществе.....	43
<i>Донскова Н. М. (г. Чебоксары)</i> Причины возникновения “Spanglish”	47
<i>Льдинова О. В., Назырова А. С. (г. Чебоксары)</i> Политическая корректность в аспекте российско-германской межкультурной коммуникации	49
<i>Миронова И. А. (г. Северодвинск)</i> Межкультурная обусловленность профессионального общения	53

своеобразный характер, отличный от того, какой он имел в исходной среде» [6].

ЛИТЕРАТУРА

1. Кочергина, В. А. Введение в языкознание : учебное пособие для вузов / В. А. Кочергина. – М. : Академический Проект : Гаудеамус, 2004. – 272 с.
2. Мильчин, А. Э. Издательский словарь-справочник. – Изд. 3-е, испр. и доп., Электронное / А. Э. Мильчин. – М. : ОЛМА-Пресс, 2006.
3. Рождественский, Ю. В. Введение в языкознание : учеб. пособие для студ. филол. фак. вып. учеб. заведений / Ю. В. Рождественский, А. В. Блинов – М. : Издательский центр «Академия», 2005. – 336 с.
4. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова – М. : Слово / Slovo, 2008. – 262 с.
5. Туранский, Б. А. Полный чус, или Смесь немецкого с великим русским / Б. А. Туранский. – http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/28_283
6. Wikipedia, the free internet encyclopedia. // <http://www.wikipedia.org>
7. Успенский, М. Г. Невинная девушка с мешком золота : Фантастический роман / М. Г. Успенский – М. : Эксмо, 2005. – 384 с.
8. www.allrussian.dewwww.gramota.ru

Тойкина О. В.

(г. Ижевск)

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА В ГЕРМАНИИ И РОССИИ

Повсеместное распространение принципов рыночной экономики способствовало становлению общих для всего мира деловых взаимоотношений ценностей: честность, уважение к партнёру, трудолюбие, инициативность – с одной стороны, частная собственность, получение прибыли, конкуренция – с другой. Подобная противоречивость ценностных ориентиров помогла сформулировать одно из основных правил деловой этики: уважительное отношение между участниками свободного рынка – выгодно каждому.

Демонстрация уважительного отношения к партнёру является залогом собственного успеха, как в процессе непосредственного общения, так и в процессе письменной коммуникации. По словам Р. Н. Мосеева, выполненное с соблюдением всех принятых норм послание – это признак хорошего тона, свидетельство респектабельности и достойного положения фирмы – автора [3, 102]. В условиях интеграции России в мировую рыночную экономику, роста числа коммерческих соглашений между российскими и зарубежными предприятиями знание общих и частных особенностей письменной коммуникации является одним из главных способов достижения успеха.

Деловая корреспонденция (переписка) – это обобщённое название разных по содержанию документов, выступающих в качестве инструмента информационного обмена между организациями или отдельными

гражданами. Деловые письма могут занимать до 80 % входящей и исходящей документации организации. Общей особенностью деловой письменной коммуникации является её направленность на реализацию конкретной цели: получение или сообщение определённой информации. Подобная целенаправленность определяет многообразие жанров делового письма. Так, М. И. Басаков и О. И. Замыцкова выделяют в практике российского делопроизводства следующие виды деловых писем: запрос, уведомление, соглашение, напоминание, требование, разъяснение, просьбу, рекомендацию, гарантию и др. [1, 121]. Как отмечает Р. Н. Мосеев в своей книге «Современное документоведение»: «Невозможно предусмотреть готовые рецепты официальных писем на все случаи деловой практики. По большому счёту, существует столько разновидностей служебных писем, сколько возникает производственных, управленческих и просто жизненных ситуаций, дающих повод для переписки» [3, 82].

Не существует единой классификации и определения понятия делового письма и в Германии. Так, официальный сайт торговой палаты в Гамбурге называет деловой корреспонденцией служебную переписку с одним или несколькими внешними получателями и относит к таковой счета (Rechnungen), заказы (Bestellscheine), накладные (Lieferscheine), предложения (Angebote), договоры (Auftragsbestätigung) и др. [7]. Гамбургская торговая палата определяет также типы документов, не являющихся деловыми письмами; к ним относится вся внутренняя переписка на предприятии, а также информация, направленная на широкий круг получателей: новости, реклама, объявления. Другой немецкий автор Б. Абегт в своём сборнике «100 немецких писем для экспорта и импорта» называет следующие виды немецкой деловой корреспонденции: Anfrage (запрос), Angebot (предложение), Beschwerde (жалоба), Bitte (просьба), Mahnung (напоминание), Vermittlung (сообщение), Berichtigung (опровержение), Bestätigung (подтверждение), Reklamation (претензия) и др. [5, 7-9].

Наличие множества различных классификаций типов делового письма наблюдается и в области англоязычной деловой переписки. Так, Р. Н. Мосеев, опираясь на опыт американских экспертов С. Бо, М. Фриар и Д. А. Томас предлагает классифицировать служебные письма по функциональному признаку: пиаровские письма (good-will/public relation letters); письма-запросы (inquiry); письма, связанные с финансированием, взаиморасчётом (credit and collection letters); сопроводительные письма (transmittal/cover letters); претензионные письма (claim letters/business complaint letters); информационные письма (information letters) и др. [3, 83].

При всём многообразии жанров делового письма российские, немецкие и американские документоведы выделяют деловое письмо как особый тип документов, менее жёстко регламентированный, в сравнении с финансово-расчётной или распорядительной документацией. При этом, однако, отмечается необходимость чёткого соблюдения правил оформления

деловых писем, которые вырабатываются на основе национальных стандартов с учётом сложившихся конкретных реалий и накопленного международного опыта.

В настоящее время международная стандартизация осуществляется Международной организацией по стандартизации (ИСО – ISO – International Organisation for Standardisation), которая была основана в 1946 г. и находится в ведении ООН. Её членами являются 146 стран мира, в том числе Федеративная Республика Германия и Российская Федерация. Стандарты ISO регламентируют: терминологию в области документации; форматы бумаги для документов; написание дат и адресов; основные требования к бланкам документов, на их основе разрабатываются национальные стандарты.

На территории Российской Федерации правила и нормы оформления деловой документации, в том числе и деловых писем сформулированы в государственном стандарте – ГОСТ Р 6.30-2003. «Унифицированные системы документации. Система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов» [8]. Примечательно, что требования ГОСТа носят рекомендательный характер. Таким образом, каждый составитель делового письма, опираясь на правовые базовые нормы, получает возможность учитывать специфику деятельности своей организации в каждой конкретной ситуации. ГОСТ Р 6.30-2003 определяет лишь типовой состав реквизитов документа, который может изменяться в различных управленческих ситуациях.

М. И. Басаков и О. И. Замыцкова определяют понятие *реквизиты* (от лат. *requisitum* – потребность) как обязательный элемент оформления официального документа [1, 15]. В толковом словаре русского языка под редакцией С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой под *реквизитами* понимаются обязательно входящие в официальный документ сведения [4, 275]. ГОСТ Р 6.30-2003 устанавливает 30 реквизитов, каждый из которых получает на официальном бланке точно отведённое ему место. Так, к реквизитам относятся, например, информация об отправителе письма: эмблема организации или товарный знак, основной государственный регистрационный номер юридического лица (ОГРН), идентификационный номер налогоплательщика (ИНН)/код причины постановки на учёт (КПП), наименование организации, справочные данные об организации, подпись и т. д. Кроме этого, реквизитами являются и достаточно формальные требования к оформлению документов, характерные, в большей степени, для крупных организаций, например: код организации, код формы документа, гриф утверждения документа, отметка о контроле, визы согласования документа, оттиск печати и др.

Каждый из реквизитов выполняет свою функцию и предназначен для конкретного вида документа. Некоторые реквизиты обязательны для всех документов, например: дата, адресат, подпись, текст, использование других вариативно и зависит от различных обстоятельств: статуса фирмы-отправителя, типа делового письма, повода для написания письма и т. д.

ГОСТ регламентирует также общие формы, правила и структуру оформления элементов текста, как одного из реквизитов делового письма: способы написания обращения, заключения, сведений об отправителе и получателе, нумерацию страниц, написание дат и периодов времени, общепринятые сокращения, использование знаков препинания и символов, а также оформление в документах цифровой информации: написание чисел (номера телефонов, порядковые числительные, дроби, многозначные числа), единиц измерения, математических формул, оформление таблиц. Необходимо отметить, что ГОСТ Р 6.30-2003 предусматривает варианты расположения реквизитов на бланке не только для делового письма, но и для любых видов документов, существующих в практике современного российского делопроизводства, за исключением документов, в том числе писем, в электронном виде.

Немецкий справочник по написанию современных писем издательства «Duden» рекомендует оформлять деловые письма в Германии согласуясь, в первую очередь, с нормами «DIN 5008 Schreib- und Gestaltungsregel für die Textverarbeitung» и DIN 676 [6, 233]. Современные нормы в DIN 5008 были разработаны Немецким институтом стандартизации (Deutsche Institut für Normierung) в 1996 году и модифицированы в 2005 году с учётом возможности компьютерной обработки деловой корреспонденции [6]. Поэтому основной целью DIN 5008 является унифицированное применение графических знаков при составлении текстов документов, прежде всего это касается способов оформления всей необходимой информации в письме: наглядного выделения значимых частей текста письма на бланке. DIN 676 регламентирует возможные форматы бланков писем. Содержащиеся в DIN 5008 и DIN 676 нормы носят рекомендательный характер. DIN 5008 состоит из параграфов, каждый из которых является своего рода справочником по грамотности оформления лексических единиц в письме, использования знаков препинания и символов, написания различных чисел и формул, способов оформления текста в предложения и абзацы, графического выделения отдельных частей текста, составления таблиц.

Обращает на себя внимание тот факт, что DIN, в отличие от ГОСТа, не требует соблюдения таких формальностей в оформлении письма, как например, наличие официального бланка, печати, подробных сведений об отправителе письма (регистрационный номер, идентификационный номер и т. д.). При этом требования DIN 5008 и DIN 676 чётко определяют единую для всех типов делового письма структуру: формат, высота отступа от верхнего края листа (Briefkopf), количество строк, из которых состоит каждая часть текста (Zeilen), порядок написания адресов отправителя и получателя письма (Anschrift), поле для отметки номера документа отправителя и получателя письма (Bearbeitungsnummer), обозначение причины для написания письма (Bezugszeichen/Betreff), дата (Datum), формы обращения к получателю письма (Anrede), оформление текста (Brieftext), формы завершения письма (Grüßformel), способы

оформления приложений (Anlagen-und Verteilervermerke) [6]. Таким образом, понятие реквизитов, как обязательных подробных сведений об его отправителе, отсутствует в нормах DIN 5008.

Однако рассчитывать на возможность «полной свободы действий» при оформлении делового письма в Германии не стоит. Всё дело в том, что для предприятий и организаций, занесённых в Германии в единый торговый реестр фирм (Handelsregister), правила составления деловой корреспонденции (Pflichtangaben) определяются требованиями торгового кодекса (Handelsgesetzbuch). Индивидуальные предприниматели или организации, не внесённые в единый торговый реестр, при оформлении деловых писем должны руководствоваться требованиями закона о промысле (Gewerbeordnung). Таким образом, перечень данных требований (Pflichtangaben) напрямую зависит от формы собственности предприятия или от статуса предпринимателя, например: индивидуальному предпринимателю необходимо полностью, без сокращений указывать имя, фамилию, место проживания, почтовый индекс, номер телефона, факса, электронный адрес, по желанию – банковские реквизиты. Акционерному обществу с ограниченной ответственностью (GmbH) необходимо указывать название фирмы в соответствии с записью в реестре торговых фирм (Vollständiger Firmenname in Übereinstimmung mit dem im Handelsregister eingetragenen Wortlaut) и правовую форму собственности (Rechtsform), место расположение штаб-квартиры с указанием почтового индекса, номера телефона, факса, электронного адреса (Sitz der Gesellschaft), серию и номер в общем реестре торговых фирм (HRA-Nummer), а также имена и фамилии директоров предприятия (alle Geschäftsführer), а в случае наличия на предприятии надзорного совета – имя и фамилию его председателя (sofern die Gesellschaft einen Aufsichtsrat gebildet und dieser einen Vorsitzenden hat – der Vorsitzende des Aufsichtsrates mit Familiennamen und mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen) [7]. С 2007 года требования к оформлению деловых писем распространяются и на документацию в электронном виде. Особенный интерес вызывает тот факт, что за нарушение требований закона предусмотрены штрафные санкции.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятие «реквизиты делового письма», широко распространённое в практике российской письменной деловой документации, соотносится с понятием «обязательные данные делового письма» (Pflichtangaben eines Geschäftsbriefes) в Германии. Наличие в деловом письме подробной информации об его отправителе продиктовано крайней степенью прагматизма, характерного для предпринимательской деятельности в целом. Как отмечает Р. Н. Мосеев, деловое письмо призвано решать несколько задач: коммуникативную (сообщение информации), функциональную (преследует определённую рабочую цель), юридическую (представляет собой официальный документ), представительскую (является своего рода визитной карточкой фирмы) [3, 81-82]. Отсутствие

необходимой информации об отправителе на бланке письма нарушает отлаженный процесс деловой коммуникации, вынуждает получателя письма тратить дополнительные силы, время и средства на поиски необходимой информации, может явиться причиной возникновения различного рода рисков. Так, например, официальный сайт торговой палаты в Гамбурге, объясняет, что указание организацией на бланке делового письма серии и номера в едином реестре торговых фирм является показателем хорошей деловой репутации данной организации [7].

Сравнивая немецкие и российские стандарты при оформлении деловых писем, можно сделать вывод о том, что российские правила более «демократичны», прежде всего, в том смысле, что их нарушение не может повлечь за собой какие-либо штрафные санкции, в отличие от ситуации в Германии. Кроме того, в Германии правила оформления деловой корреспонденции предписывает не только национальный стандарт, но и законы, касающиеся предпринимательской деятельности в целом.

Для российского делового письма характерна относительно-свободная структура и способ оформления текста, так как использование различных реквизитов, регламентированное ГОСТом, зависит от конкретной ситуации или от особенностей предпринимательской деятельности фирмы, в то время как структура немецкого делового письма строго закреплена в нормах DIN 5008. При этом, требования ГОСТа более формальны, бюрократичны по своей сути, часто избыточны. В соответствии с требованиями ГОСТа российские фирмы должны сообщать на бланке делового письма гораздо больше информации о деятельности своей организации, чем их немецкие коллеги. Обязательные сведения об отправителе делового письма в Германии содержат лишь ту информацию, которая помогает получателю быстро и результативно осуществлять деловую коммуникацию. Тем не менее, с практической точки зрения, наличие единого документа по стандартизации деловой переписки в России (ГОСТА) представляется более удобным, чем существование нескольких обязательных для исполнения документов в Германии (DIN-5008, Handelsgesetzbuch, Gewerbeordnung).

Итак, несмотря на общность развития механизмов рыночной экономики на территории России и Германии, наличия в обеих странах стандартов по оформлению деловых писем, в основе которых заложена единая международная система стандартизации, в реальной действительности немецкие и российские деловые письма оказываются различными, в первую очередь, по структуре. Объяснение данному факту необходимо искать как в особенностях культурно-исторического развития каждой из стран, так и в специфике ментальности каждого из народов, сложившейся на сегодняшний день. Детальное изучение структуры делового письма на русском и немецком языках представляет особый интерес в области межкультурной коммуникации.

Именно знание особенностей оформления и составления деловых писем в России и Германии позволяет предотвращать возможность

возникновения проблем в случае межкультурного несоответствия определённых понятий и реалий в практике делового взаимодействия. Перспективным нам представляется детальное исследование лексических, грамматических, стилистических и композиционных особенностей деловых писем на немецком и русском языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Басаков, М. И.* Делопроизводство [Документационное обеспечение управления] : учебник / М. И. Басаков, О. И. Замыцкова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 352 с.
2. *Ларьков, Н. С.* Документоведение : учебное пособие / Н. С. Ларьков. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2008. – 427 с.
3. *Мосеев, Р. Н.* Современное документоведение / Р. Н. Мосеев. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 377 с.
4. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка [4-е изд., дополненное] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ООО «ИТИ Технологии», 2003. – 994 с.
5. *Abegg, B.* 100 Briefe Deutsch für Export und Import / B. Abegg. – Berlin : Langescheit, 1997. – 160 S.
6. Briefe gut und richtig schreiben. – Mannheim : Dudenverlag, 2006. – 995 S.
7. www.din-5008-richtlinien.de
8. www.hk24.de
9. www.sklad-zakonov.narod.ru