Реферат

по лингвистике

на тему:

"Особенности оформления делового письма в немецком и русском делопроизводстве"

2009

Формам деловой переписки, принятым сегодня в международном общении, более 150 лет. Родиной их традиционно считается Англия. Именно оттуда ведут свое начало основные правила этикета составления деловой корреспонденции. В силу того, что английский язык является общепринятым языком международного делового общения, то и существующий международный стандарт оформления деловых писем ориентирован на англоамериканский вариант. Расширяющиеся международные связи, влияние английского языка как международного языка делового общения приводит к стандартизации (унификации) делопроизводства в разных странах. Но нельзя не отметить и ряд особенностей (характерных для ведения деловой переписки, в частности), связанных с влиянием норм и традиций национального коммуникативного поведения, особенностей национального делопроизводства.

Германия является страной, где сложились давние и устойчивые нормы и традиции в делопроизводстве. В России также существуют особенности делового общения, отличные от международных, связанные с начальной стадией формирования рыночных отношений в нашей стране.

В России формальным сторонам деловой корреспонденции уделяется меньше внимания, чем на Западе, Главное же отличие немецкой манеры вести дела - высокая степень официальности. Немцы очень сдержаны в деловом общении и тщательно соблюдают принятые формы общения.

Соблюдение правил переписки свидетельствует о вежливости, уважении к партнеру. На Западе очень пристальное внимание уделяется этике бизнеса, что, к сожалению, часто игнорируется в России. Там считается, например, совершенно необходимым письменно подтвердить предварительную договоренность или прием заказа, извиниться за непредвиденную задержку его исполнения, дать промежуточный ответ, сохранить конфиденциальность получения информации, поблагодарить за оказанную любезность или сделанную покупку, официально поздравить коллегу с повышением по службе или днем рождения.

В немецком деловом общении в коммерческой корреспонденции очень важное место играет фактор формуляра, т.е. способ официального оформления делового письма. Формуляр делового письма дает возможность получить точные данные о фирме-партнере (координаты, структура, финансовая и юридическая состоятельность, состояние делопроизводства и прочее), об отправителе (опыт работы, профессионализм, компьютерная грамотность, статус и положение внутри фирмы и прочее), о получателе (статус, степень знакомства с отправителем и прочее), о юридической и иерархической квалификации делового текста (копия или оригинал, относится ли к коммерческим документам, важным или рядовым рабочим письмам, общая цель сообщения и прочее), о его коде, о канале связи и многом другом.

В Германии главным документом, регламентирующим формулярно-композиционный вид делового текста, являются "Regeln hier Maschinenschreiben" - DIN 5008. Однако эти правила имеют скорее рекомендательный характер. Степень свободы и творчества составителя письма ограничивается лишь его опытом и профессионализмом, который основывается, прежде всего, на знании норм и традиций немецкоязычного делопроизводства, а также международных тенденций оформления деловых бумаг. В России таким документом является "ГОСТ Р 6.30-97. Унифицированная система ОРД. Требования к оформлению документов". Он также носит рекомендательный характер и ориентирован на международный стандарт.

Особое внимание в немецком делопроизводстве уделяется способу оформления деловых бумаг при переписке с властями - Korrespondenz mit Behoerden, когда используют более консервативный стильVerwaltungssprache/ Kanzleistil. Нормализаторы рекомендуют строже соблюдать такие параметры машинописи как: поля страницы, вид абзаца, отступ - Einrueckung, пропуск строк, расположение реквизитов, а также списки и перечисления - Gliederung/ Ordnungssystem, Aufzaehlung - в соответствии со шкалой печатной машинки -Schreibmaschinenskala. Несмотря на то, что все современные офисы в Германии оборудованы факсимильными аппаратами и компьютерами, а у секретарей в машинах, как правило, имеются факс-модемы, при обращении в государственные и властные структуры официальные бумаги следует печатать на машинке стандартным шрифтом; возможен вариант и компьютерного текста, но при этом разрешается использовать только шрифт Courier.

Если письмо адресовано деловому партнеру, то отправитель свободен в выборе шрифта, однако международная традиция делопроизводства гласит: используйте Times New Roman, а в таблицах и заголовках - Arial. В русском делопроизводстве не существует указаний на необходимость использования печатных машинок при составлении официальных деловых писем.

Деловое письмо обычно посылается на бланке фирмы; письмо может, быть напечатано и на чистом листе, однако, при этом всегда остается неизменным основной набор реквизитов. Это: 1) колонтитулы (верхний и нижний), 2) штамп отправителя + адрес получателя, 3) обозначение типа связи, 4) указание на количество страниц письма, 5) тема/ предмет письма, 6) особые пометы (факультативно), 7) обращение, 8) текст письма, 9) формула прощания, 10) название фирмы отправителя, 11) роспись и подпись (с расшифровкой), 12) примечания.

Несоблюдение формы и отсутствие ряда реквизитов на деловом письме в немецком делопроизводстве встречается чрезвычайно редко и может свидетельствовать о том, что факс передан новичком-непрофессионалом, или отправлен в необычных условиях. Такой факс требует к себе внимания со стороны получателя, вероятнее всего последует просьба его подтвердить, так как он не отвечает требованию достоверности и не может быть идентифицирован как документ фирмы-отправителя. Неправильное оформление корреспонденции - один из признаков несолидности фирмы или чужого, "фальшивого" отправителя.

Развитая система делопроизводства в Германии проявляется в сложном формуляре. Чем сложнее формуляр, тем совершеннее принятая на фирме система делопроизводства, тем серьезнее, солиднее и надежнее сама фирма. Анализ формуляра позволяет определить тип и характер делового письма, создать коммуникативный (социально-психологический и речевой) портрет отправителя.

Если немецкая фирма ориентирована на внешние связи, на международный бизнес, то показательным является параллельное употребление в штампе отправителя немецких и английских слов-указателей: Datum/ Date:, Ал/ То:, Firma/ Company, Von/ Fr от:, Telefax-Nachricht/Cover Sheet, Seiten/ Number of pages (including cover sheet):. - это свидетельствует о факте постоянной и давней ориентации фирмы на внешние связи, на международный бизнес.

Факс в немецком делопроизводстве имеет верхний и нижний колонтитулы, которые являются его границами.

Данные колонтитула несут информацию о ее руководителях, о ее юридической и банковской поддержке, о ее структуре (материнской фирме или филиалах, о ее подразделениях и отделах, например: Export, AvtfTragsannahrne). Чем полнее отражена в колонтитуле информация о фирме, тем более открытой она хочет себя представить, это означает, что ей есть, чем гордиться и нечего бояться. У некоторых экологически продвинутых фирм в нижний колонтитул занесена информация об экологической чистоте бумаги, на которой отпечатан ее бланк. Внимательный анализ колонтитулов может сообщить нам важную информацию о письме: когда и откуда отправлен, копия это или оригинал, а также об отправившей его фирме, о ее весе и статусе.

Кроме колонтитулов и "шапки" (логотип и иногда отпечатанный адрес фирмы) бланка фирмы, вся остальная содержательно-графическая информация заносится сотрудником-отправителем, в том числе, штамп отправителя + адрес получателя Innenadresse/ Versendungsform + Empfaengeranschrift. По-немецки этот реквизит называют Briefkopf, хотя иногда Briefkopf относят к "шапке" бланка. Он включает в себя обязательно: 1) название фирмы-отправителя Firmenbezeichnung, 2) имя сотрудника-отправителя Name des Absenders, 3) номер телефона и факса/e-mail отправителя, 4) адрес и имя получателя Name & Anschrift des Empfaengers; если письмо предназначено именно для определенного сотрудника, стоит помета: Z. Н. — zu Haenden Frau Olga Klimowa, 4) номер телефона и факса получателя, 5) дату/ Datum отправки письма.

При указании даты в немецком деловом письме месяц указывается полностью - 10 Февраля 2002 г., сокращения приняты только в нашей стране - 10.02.02. В США принято указывать месяц, затем число - Февраль 10, 2002.

Факультативно содержатся следующие реквизиты - 1) должность или отдел фирмы, который представляет данный сотрудник, и специальный знак / -код сотрудника, отправившего письмо, например, Frau Neustadt/ Export; Herr Ott/ Marketingleiter. Следует отметить, что коммуниканты с самым высоким иерахическим статусом, при условии непервоначального контакта с фирмой-адресатом, крайне редко указывают свою должность или титул.

Не указывают свою должность и так называемые свободные/частные предприниматели, и это объяснимо - нередко они действительно ее не имеют, Geschaeftsman/ Businessman сам себе хозяин. Коды / (специальные знаки руководящих сотрудников или сотрудников, на чье имя приходят счета в банке) - Diktatzeichen- это явление новое, но их указание стало обязательным в письмах документного характера: Dr. Т/Ко, ALI/SG.

Обозначение типа связи бывает обязательным, если это - факс, и необязательным при другом виде пересылки.

Указание общего количества страниц отправленного документа -необходимый реквизит в связи по факсу.

Обращение/ Anrede - самый консервативный и простой реквизит. Как и формула прощания, обращение всегда выделяется отдельным абзацем. В Германии существует ограниченное число формул обращения от формального до фамильярного - максимально 12:

а) Sehr geehrter Herr Krieghoff, - самое частотное обращение с указанием фамилии; Sehr geehrter Herr Dr. Krieghoff - т.е. с указанием звания; Sehr geehrter Herr Karl Krieghoff - указание имени; Geehrter Herr... es folgt der Familienname; SGH,...SGDUH, (аббревиатура, как принято в телексовой связи), б) Sehr geehrte Damen und Herren; Sehr geehrte Herren, - при обращении в государственную инстанцию или в официальном заявлении/ циркуляре без указания фамилий, в) Guten Tag, Herr Krotov; Lieber Herr Saitzev, - при неформальных отношениях и личном знакомстве, г) Hallo, Olga, - при переписке двухрядовых коммуникантов. В отличие от собственно деловых писем в рекламных письмах используются сходные обращения, но в восклицательной форме, т.е. с восклицательным знаком, а не с запятой: Sehr geehrte Herren! Следует отметить также, что обращения в рекламных письмах чуть более разнообразны, помимо указанных форм встречаются: Lieber Kunde! Liebe Kunden! Sehr geehrte Firma! Sehr geehrter Geschдftsfreund!

В русском деловом письме после вступительного обращения принято всегда ставить восклицательный знак. Формы обращения у нас не так разнообразны, начало письма может иметь следующие варианты обращения: "Уважаемый Игорь Леонидович!". "Господин Зорин!", "Игорь Леонидович!", "Уважаемый г-н Зорин!", "Уважаемые господа!" (употребляется, когда неизвестны имена получателей письма).

В англоязычном делопроизводстве деловое письмо обычно начинается со слов " Dear..." В зависимости от того, кому письмо адресовано, могут использоваться следующие фразы:

Dear Sir - если имя получателя неизвестно;

Dear Madam - если имя получателя неизвестно;

Dear Mr Neit - господину, имя которого известно;

Dear Mrs Fella - замужней женщине;

Dear Miss Jones - незамужней женщине;

Dear Ms Morrisson - замужней или незамужней женщине.

Если у адресата имеется титул или звание, то опускать его во всех западных странах, в том числе и в США, считается невежливым. Таким образом, в обращении будет указано: Доктору Д.Смиту, профессору А.Шульцу. Только особенностью немецкого делового стиля является формула обращения "Господин + титул или звание + фамилия". В русском деловом письме звание, должность (титулы в России отсутствуют) в обращении указывать не принято, однако будет невежливым опустить их (если они имеются) в "шапке" письма.

В Германии существует два типа формулы прощания / Grussformel: формальные обязательные и "свободные" необязательные. Первые употребляются всегда, их отсутствие равносильно тому, что собеседник ушел, не сказав "до свидания". 1) mit freundlichen Gruessen — в абсолютном большинстве писем, 2) другие формулы: mit freundlichem Gruss; Hochachtungsvoll; mit den besten Gruessen; mit freundlicher Empfehlung; MFG (принятое в телексовой связи сокращение) — в 5-7% писем, 3) mit vorzueglicher Hochachtung - употребляется исключительно в письмах, адресуемых в государственные инстанции. Связкой между реквизитами - текстом и формулой прощания выступает глагол (und) verbleiben, после него уже не может быть передана важная (с внеязыковой точки зрения) информация, но прагматически-релевантной такая информация может быть.

Более разнообразны и прагматически богаче сводные формулы прощания, употребляемые, главным образом, в письмах больших форматов и между партнерами, коротко знакомыми. Можно встретить следующие формулы прощания, содержащие одновременно другие иллокуции: благопожелание, благодарность, надежду на продолжение контакта: Mit herzlichem Dank und freundlichen Gruessen an alle Mitarbeiter/ Viel Erfolg und herzliche Gruesse an Alle. Schoenes Wochenende!! /Beste Gruesse und weiterhin viel Erfolg/ Ihr Martin Ott. /In Erwartung Ihrer baldigen Antwort. Использование свободных формул прощания - показатель не только авторской манеры и склонности автора к речетворчеству, но и его желания понравиться адресату, проявить к нему свое особое расположение, а также форма выражения его хорошего настроения, связанного с профессиональными удачами или надеждами. Наличие в свободном деловом письме фраз, подобных вышеприведенным, не может служить маркером социального статуса автора. Этот момент связан, скорее, с психологическим типом коммуниканта - более эмоциональным, чем классический тип сдержанно-вежливого делового коммуниканта.

В России заканчиваются письма обычно фразами: "Надеемся, что наша просьба не будет для Вас затруднительной"; "Мы рассчитываем на успешное продолжение сотрудничества"; "Мы надеемся на Вашу заинтересованность в расширении связей"; "С уважением".

В соответствии с международной традицией, ориентированной на унифицированный англоамериканский вариант для вежливого завершения письма используются следующие стандартные фразы: "Faithnьly yours" - если не известно имя получателя, и "Sincerely yours" - если имя получателя известно.

Роспись и подпись (с расшифровкой)/ Unterschrift/ Gegenzeichnung в немецком деловом письме несет важную прагмалингвистическую информацию об отправителе. По ним можно выделить три категории отправителей по их иерахическому статусу: 1) глава фирмы или руководящий сотрудник; 2) менеджер; 3) рядовой сотрудник фирмы.

Если за названием фирмы следует подпись с росписью без расшифровки, значит, письмо отправлено самим главой фирмы: NATURWAREN OHG/ DR. PETER THEISS (роспись) Dr. Peter Theiss.

В случае, если письмо направляется в государственные органы, расшифровка обязательна или в первоначальных контактах: Generaldirektor ZAO Rosagroservice/ Karl Krieghof (роспись); Т. Ali/ Geschaeftsfuehrer.

Представители среднего менеджмента должны указывать свою должность в подписи: DG Agropartners / Absatzberatungs- und Projekt- GmbH/ Ludwig Eger (роспись); Gьnther Berger/ Landwirtschaftsreferent; i. V. - in Vertretung перед подписью означает, что отправитель несет ответственность за документ и что ранг отправителя (обычно это заместитель управляющего фирмой, начальник отдела и проч.) достаточно высок, чтобы представлять свою фирму; напротив, i. А. - im Auftrag означает, что ранг отправителя невысок, как правило, это рядовой сотрудник отдела: ассистент, референт.

Для русского делового общения характерно, что письма по финансовым вопросам подписывает руководитель и главный бухгалтер фирмы. Письма, дающие какие-либо гарантии, имеющие юридические и финансовые последствия, заверяются печатью фирмы.

В большинстве стран подпись на деловом письме ставится с правой стороны листа, как раз под заключительной формулой вежливости. В Германии принято заключительный комплимент располагать с левой стороны, и подпись ставится также с левой стороны.

Немалое внимание немцы уделяют оформлению примечаний, которые находятся в самой нижней части первой страницы. По-немецки они называются Anlagenvermerke или иногда могут иметь обозначение Remarks (англ.); если фирма ориентирована в первую очередь на внешнеторговую деятельность, то, как уже отмечалось, она использует английскую лексику, сокращения и спецсимволы. Примечания обычно содержат сведения о приложении: чаще стоит слово Anlage, оно обозначает, что приложение состоит из одно- или многостраничного текста, представляющего собой единый документ; форма множественного числа Anlagen употребляется, если в приложении разные типы документов. В примечании может быть обозначен тип деловой бумаги, если это не указано в Briefkopf, например: Dieses Angebot ist freibleibend. Также в примечании может стоять отметка об отправке копий другим лицам Verteil vermerk - Kopie an:/ с. с. Herr Nardi. При пересылке финансового документа стоит отметка о количестве экземпляров: 1 -fach/ fold/ fois.

Для того, чтобы не допустить расхождений в понимании текста, или для подтверждения передачи важных бумаг в делопроизводстве некоторых фирм принято на последнем листе сообщения повторно указывать общее число отправленных страниц - Gesamt Seiten 03 - что можно понимать как "конец связи". Известно, насколько важно в деловой коммуникации избежать недоразумений и непонимания, поэтому в колонтитулах ряда делопроизводств напоминают о возможных помехах в коммуникации и просят, в случае сомнения в содержании или объеме текста, подтвердить получение текста или запросить его повторную передачу: If you do not receive all pages, please ring. Некоторая избыточность подобных формул - одна из особенностей немецкой деловой корреспонденции, обеспечивающая надежность передачи информации и способствующих предотвращению ошибок и помех коммуникации.

В завершение следует сказать, что фактор формуляра является признаком, не только объединяющим коммерческую корреспонденцию, но и различительным признаком, позволяющим выявить особенности национального делового стиля той или иной страны.

**Использованные источники**

1. Деловое письмо на английском языке. Тверь, 2002.

2. Стернин И.А. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996.

3. Чигридова Н.Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярий: Автореф. дисс.... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 1999.

4. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. Москва, 2004.