

ТАКТИКА КОММЕНТИРОВАНИЯ МИТИГАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ИЗВИНЕНИЯ В НЕМЕЦКОЙ ДЕЛОВОЙ E-MAIL-КОММУНИКАЦИИ

Ю. Г. Горпенникова

*Южный федеральный университет, ул. Большая Садовая, 105/42,
344006, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация, gorpennikova@sfedu.ru*

Данная статья выполнена в актуальном прагматическом направлении, раскрывает сущность коммуникативной тактики комментирования митигативной стратегии извинения в немецкой деловой E-Mail-коммуникации. В статье представлены языковые средства для реализации коммуникативной тактики комментирования.

Ключевые слова: стратегия; тактика; извинение; деловой дискурс; тактика комментирования.

THE COMMENT'S TACTIC OF THE MITIGATION'S STRATEGY APOLOGY IN THE GERMAN BUSINESS E-MAIL-COMMUNICATION

Yu. G. Gorpennikova

*Southern Federal University, Bolshaya Sadovaya Str., 105/42,
344006, Rostov-on-Don, Russia, gorpennikova@sfedu.ru*

This article is written in a current pragmatic direction and reveals the essence of the communicative strategy of apology in German business E-Mail-communication. The article presents language tools for implementing communicative commenting tactics.

Keywords: strategy; tactic; apology; business discourse; comment's tactic.

В настоящее время гуманитарные науки широко используют термин «дискурс» в научном, академическом, бытовом направлении. В основу дискурсивной практики заложен анализ социального взаимодействия коммуникантов и два измерения: социальное и индивидуально-личностное. В связи с наличием большого количества подходов к изучению дискурса существует множество классификаций дискурса, где выделяют такие виды дискурсов, как политический, массово-информационный, административный, деловой и другие и рассмотрим подробно деловой дискурс. В. И. Карасик определяет деловой дискурс как специализированную с наличием клише разновидность общения между людьми, которые не общались ранее, но на определённый момент совершают коммуникацию согласно нормам конкретного социума [1, с. 56]. Деловой дискурс рассматривается как специфичная разнородная деятельность в официальной сфере, участники которой стремятся к

реализации целей и задач [2, с. 31]. Цель настоящей статьи - рассмотреть тактику комментирования митигативной стратегии извинения в немецкой деловой коммуникации (на примере немецких деловых E-Mail-писем).

Материалом исследования являются примеры из немецких деловых E-Mail-писем, содержащих извинения. Всего было проанализировано 69 примеров реализации тактики комментирования. Примеры языковых средств реализации тактики комментирования были собраны при помощи метода сплошной выборки из предоставленного архива немецких фирм.

Немецкая деловая коммуникация подчинена нормам и правилам этикета, требованиям делового сообщества. Отправители писем должны соответствовать требованиям, которые предъявляются к участникам немецкой деловой коммуникации. К таким требованиям можно отнести приветливость, доброжелательность к получателям писем, педантичность, лаконичность и рассудительность, уверенность в целесообразности сотрудничества и дальнейшего контакта в будущем. В немецких деловых письмах коммуниканты обдумывают детально положение дел, отличаются стремлением обсудить вопросы поэтапно с обсуждением всех деталей в сугубо деловом характере. Немецкие деловые партнёры выбирают определённые стратегии в коммуникации аккуратно и щепетильно [3, с. 34].

Одним из важных требований к коммуникантам в деловой сфере относится умение приносить извинения актуально различным получателям деловых писем: коллегам, партнёрам, клиентам, воздействуя при помощи коммуникативных стратегий и тактик [4, с. 127]. Стратегии с тактиками сфокусированы на получателе, его знаниях, воли и эмоциях, способны манипулировать ими [5, с. 24]. Извинение можно определить, как митигативную стратегию. Цель митигативной стратегии следует определить, как смягчение отрицательного результата взаимодействия коммуникантов. Реализация данной стратегии возможна при единстве речевых действий участника коммуникации, которые способны изменить эмоциональное состояние и взгляды другого участника. Извинение, которое приносится в письменном виде, обладает наименьшим потенциалом конфликтной ситуации. Это связано с тем, что личный контакт с отправителем в данном виде коммуникации недопустим, занимает мало время у адресанта. Всё это способствует смягчению конфликта в общении.

В деловом дискурсе участники коммуникации должны стремиться к получению перлокутивного эффекта, в данном случае, принятию извинений. Сценарии такого достижения могут быть разные: признание вины в силу наличия объективных обстоятельств, полное признание вины, вина третьего лица. Объективными обстоятельствами в признании вины вы-

ступают форс-мажорные ситуации с комментированием. Полное признание вины происходит при объяснении произошедшего конфликта. Данные сценарии группируются между собой и выступают как тактики в пределах определённых коммуникативных ситуациях: тактика примирения, тактика признания вины и тактика комментирования. Обозначенные тактики имеют в своём распоряжении языковые средства воплощения в немецкой деловой коммуникации. В пределах данной статьи остановимся на тактике комментирования.

При реализации **тактики комментирования** наблюдается субъективное осознание ситуации, в котором отправитель сожалеет о произошедшем и приводит доказательства с объективными причинами возникшего конфликта. Отправители деловых писем должны быть осторожны и подтверждать отсутствие интенций в создании конфликта. В данной тактике соблюдаются личные границы участников коммуникации и контролируются действия. Тактика комментирования используется во всех видах деловых писем. Извинение в E-Mail-письмах с комментированием вины приносится коллегам, партнёрам и клиентам. Рассмотрим реализации тактики комментирования на примерах.

Необходимо отметить, что в деловых письмах отправитель ориентируется на собеседника и спонтанную реакцию получателя, поэтому отправитель тщательно отбирает языковые средства для достижения положительного результата. Здесь, прежде всего, важны лексические и грамматические средства. Анализ примеров немецких деловых E-mail-писем, которые были предоставлены немецкоязычными фирмами, демонстрируют категоричность и имплицитность коммуникативных действий отправителя и получателя.

Пропозициональные установки сожаления в немецком языке осуществляются при помощи лексических конструкций (*es ist unangenehm, bedauerlicherweise, bedauern, es tut leid, Bedauern äußern*). В приведённом ниже примере отправитель приносит извинение, даёт комментарий к произошедшей ситуации, выражает сожаление по поводу технического сбоя:

При этом выбор средств пропозициональной установки сожаления в немецком языке представлен следующими конструкциями (*es tut leid, es ist unangenehm, bedauern, bedauerlicherweise; Bedauern äußern*). В примере ниже отправитель комментирует сложившуюся ситуацию, демонстрирует сожаление относительно произошедшего технического сбоя:

*Sehr geehrter Herr Günster;
wir haben mit unserer Medienmitteilung vom 7. September 2018 eine breite Öffentlichkeit darüber informiert, dass es wegen eines Programmfehlers beim Jahresendversand teilweise zu Feststellungen kam.*

*Es ist unserer Firma äußerst unangenehm, Ihnen mitteilen zu müssen, ...
Diesen Umstand bedauern wir ...*

Реализация сценария тактики комментирования происходит по следующему плану: пояснение причины конфликтной ситуации (*Wir haben mit unserer Medienmitteilung vom 7. September 2018 eine breite Öffentlichkeit darüber informiert*), дальнейшее выражение сожаления (*Es ist unserer Firma äußerst unangenehm*)

В следующем примере извинение приносится руководством своему работнику, где объясняется поведение отправителя в произошедшем конфликте. Отправитель даёт комментарий конфликту и просит прощения у подчинённого:

Geehrter Thomas,

ich bitte Sie aufrichtig um Entschuldigung für mein unpassendes Verhalten am vorigen Mittwoch! Es ist mir bewusst, dass Sie sich ärgern, und Ihr Ärger ist vollständig berechtigt! Ich kann Ihnen versichern, dass etwas ähnliches nie wieder vorkommt. Ich hoffe auf unsere gute zukünftige Zusammenarbeit.

Bitte verzeihen Sie mir mein dummes Verhalten!

В кратких письменных обращениях компаний к своим клиентам выражается сначала сожаление о неблагоприятной ситуации, и извиняются о случившемся:

Unsere geehrten Fluggäste,

Sie können bedauerlicherweise Ihr Flug nach München wie geplant nicht durchführen. Wir entschuldigen uns bei Ihnen dafür.

В проанализированных деловых письмах даётся комментарий вины чаще в письмах, которые были направлены партнёрам по бизнесу (45%). В данных письмах комментируется вина отправителя в неудачной реализации общей цели, срыве договорённостей и другим причинам и предполагается дальнейшее сотрудничество. В E-Mail-письмах клиентам тактика комментирования использовалась в меньшей степени, чем в письмах партнёрам (38%). Фирмы приносят извинения, объясняя неудачно сложившуюся ситуацию, которая сложилась в процессе оказания той или иной предлагаемой услуги фирмой. В письмах коллегам тактика комментирования представлена в наименьшей степени, что составляет 17% от общего количества писем. В подобных письмах приносят извинение начальники своим работникам, и работники комментируют начальнику и коллегам своё некорректное поведение в определённой коммуникативной ситуации.

Таким образом, тактика примирения митигативной стратегии помогает сторонам конфликта прийти к примирению и успешному коммуникативному взаимодействию в будущем. Одной из активно используемых

тактик является комментирование. Сценарии реализации этой тактики зависят от отправителя и получателя (коллега, партнёр, клиент) письменного извинения, а также выбираемых языковых средств. Тактика комментирования используется чаще всего в письмах партнёрам по бизнесу, что позволяет отправителю не только повысить свой статус как коммуникативно-компетентного собеседника, но и статус получателя как значимого партнёра по коммуникативному взаимодействию.

Библиографические ссылки

1. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. Волгоград : Перемена, 2000. 477 с.
2. *Ширяева Т. А.* Когнитивное моделирование институционального делового дискурса / Т.А. Ширяева : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. Краснодар, 2008. 51 с.
3. *Кузин Ф. А.* Культура делового общения / Ф. А. Кузин. М. : Ось-89, 2003. 81с.
4. *Исупова М. М.* Когнитивная модель делового письма-извинения в русском и английском языках / М. М. Исупова. М. : Сопостав. исследов., 2011. С. 125–131.
5. *Акопова Д. Р.* Стратегии и тактики политического дискурса / Д. Р. Акопова // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Н.-Новгород, 2013. № 6. С. 403–409.