



# COMMUNICATIVE INTERACTION OF ADDRESSANT AND ADDRESSEE IN THE GERMAN BUSINESS CORRESPONDENCE

Vladislav Y. Vereyutin

Moscow State Institute of International Relations (University),  
76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia

**Abstract.** *This article analyzes the speech behavior of participants in business communication in German business correspondence, determines the linguistic component of interaction in the mode of polite business communication, considers communicative tactics for implementing the addressee's intentions, establishes extralinguistic factors that influence the choice of certain communication tactics.*

*Taking into account the specifics of business communication, the customer and the contractor are considered as participants in business communication, who, depending on the situation, can change their roles.*

*As a result of the study of documentary materials on the basis of two types of business communication texts – commercial proposals and reclamations – specific markers of the influence of communicants for the implementation of their communicative intentions were identified. The conducted linguopragmatic analysis made it possible to identify the conditions for maintaining the mode of politeness in the process of communication between the parties to ensure successful communication, as well as to establish potential transformations of the mode of politeness into a mode of conflicting speech behavior, leading to a violation of the positive image of the interlocutor.*

*As a result of the study, it was found that the contractor bears more communication expenditures than the customer, in accordance with the specifics of the relationship, due to the different social roles of the participants in business communication.*

**Key Words:** *communicative interaction, business correspondence, maxim, intention, modus, speech behavior*

## КОММУНИКАТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ АДРЕСАНТА И АДРЕСАТА В НЕМЕЦКОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

В.Ю. Вереютин

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,  
119454, Россия, Москва, пр. Вернадского, 76

**Аннотация.** В настоящей статье анализируется речевое поведение участников деловой коммуникации в немецкой деловой корреспонденции, определяется лингвистическая составляющая взаимодействия в модусе вежливого делового общения, рассматриваются коммуникативные тактики реализации интенций адресанта, устанавливаются экстралингвистические факторы, влияющие на выбор определённых коммуникативных тактик.

С учётом специфики деловой коммуникации в роли участников делового общения рассматриваются заказчик и исполнитель, которые в зависимости от ситуации могут меняться ролями. В результате исследования документальных материалов в рамках двух типов текстов деловой коммуникации – коммерческого предложения и рекламации – были выявлены специфические маркеры воздействия коммуникантов для реализации своих коммуникативных интенций. Проведённый лингвопрагматический анализ позволил выявить условия сохранения модуса вежливости в процессе коммуникации сторон для обеспечения успешной коммуникации, а также установить потенциальные трансформации модуса вежливости в модус конфликтного речевого поведения, приводящего к нарушению позитивного имиджа собеседника.

В результате исследования было установлено, что исполнитель несёт больше коммуникативных затрат, чем заказчик в соответствии со спецификой взаимоотношений, обусловленной разными социальными ролями участников делового общения.

**Ключевые слова:** коммуникативное взаимодействие, деловая корреспонденция, максима, интенция, модус, речевое поведение

## Введение

Коммуникация как процесс взаимодействия субъектов межличностных взаимоотношений в разных сферах жизнедеятельности является объектом обширного исследования учёных-лингвистов. По данным лингвистического энциклопедического словаря понятие коммуникация определяется как «диалогическое или полилогическое общение людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности, предусматривающее обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д.» [7, с. 233].

Одной из предпосылок успешной реализации коммуникативных интенций в процессе интеракции является такой феномен речевого поведения как вежливость, находящая своё языковое воплощение посредством ряда лексико-грамматических средств. Данная категория подвергается разностороннему анализу в ряде исследовательских теорий. Так, вежливость рассматривается с точки зрения двух противоположных стратегий поведения – позитивной вежливости и негативной вежливости [9]. Правила и максимы вежливого поведения рассматриваются в работе П. Грайса. Автор выделяет постулаты количества, качества, отношения и манеры речи в рамках принципа кооперации вежливости [10, с. 217]. В работах Дж. Лича исследуются прагматические аспекты в рамках вежливого поведения интерактантов, устанавливается ряд максимум вежливого поведения [11].

Значительное количество работ посвящено исследованию стратегий и тактик вежливого поведения, обеспечивающих успешную коммуникацию. Так, в исследованиях В.М. Глушака рассматривается стратегия речевого поведения, направленного на сближение с собеседником, удаление от него или поддержания имеющегося характера отношений. Анализируются механизмы языкового моделирования образцов речевого поведения в повседневной устной коммуникации. При этом автор допускает возможность ошибочной интерпретации интенции собеседника, влияющей на дальнейшее протекание коммуникации [3; 4]. В работе Р.А. Газизова анализу подвергаются средства эксплицитной вежливости в немецкой лингвокультуре. Автор рассматривает грамматические средства вежливости в совокупности с соответствующими коммуникативными стратегиями [2].

Особый интерес исследователей как разновидности социальной коммуникации вызывает деловая коммуникация, определяемая как взаимодействие деловых партнёров в сфере официальных отношений с целью решения конкретных задач, достижения определённых результатов, оптимизации какой-либо деятельности. В работе А.А. Леонтьева под деловым общением понимается общение, которое направлено на достижение деловой или информационной цели [6, с. 11].

Одним из аспектов исследований речевого поведения является анализ делового взаимодействия коммуникантов. Так, Ю.Г. Горпенникова в своей работе описывает способы реализации эксплицитного извинения в немецкой лингвокультуре на материале немецкой деловой коммуникации посредством электронной почты [5]. С.А. Баукина рассматривает коммуникативные интенции и анализирует языковые средства достижения эффективной коммуникации на материале немецкого делового общения [1]. В других работах рассматриваются особенности реализации делового дискурса в немецком языке, которая заключается в рациональном сочетании стандартизированных и персонифицированных языковых элементов [8].

Приходится констатировать, что в исследованиях речевого поведения преобладают работы, рассматривающие коммуникацию „face to face“, в то время как интеракция в рамках письменных типов и жанров не получила до настоящего момента достаточного освещения. В связи с этим актуальным представляется исследование поведения интерактантов на материале таких типов текстов как коммерческое предложение и рекламация в модусах вежливости и агрессивности.

### 1. Цель и методика исследования

Цель настоящего исследования – определить лингвистическую составляющую взаимодействия деловых партнёров в модусе вежливого делового общения, рассмотреть лексико-грамматические средства интенсификации интенций адресанта, установить экстралингвистические факторы, влияющие на выбор данных языковых средств. В качестве методики исследования был выбран лингвопрагматический анализ письменных диалогических пар на предмет интерпретации адресатом интенции адресанта. В случае правильной интерпретации коммуникация продолжает развиваться в выбранном ранее модусе общения. Если же адресант неправильно воспринимает намерения адресанта или игнорирует их, коммуникация переходит в модус агрессивного речевого поведения. При установлении таких случаев анализировались лексико-грамматические средства, маркирующие переход из одного модуса в другой. В результате предпринятого лингвопрагматического анализа на материале серийной деловой переписки между двумя компаниями были проанализированы ситуации реализации модуса вежливости, а также случаи ситуативно обусловленной трансформации вежливой коммуникации в модус конфликтного общения.

### 2. Материал исследования

Материалом исследования послужила серийная деловая переписка между двумя коммерческими субъектами на примере двух типов текстов: коммерческое предложение и рекламационное письмо. Материал предоставлен одной немецкой фирмой с изменённым названием компаний и лиц, фигурирующих в предоставленных документах. За единицу исследования принято диалогическое единство, представляющее собой коммуникативный фрагмент в законченном смысловом оформлении и отражающий интенции участников деловой коммуникации. В общем итоге было отобрано 53 образца.

Далее проанализируем непосредственно речевое поведение участников деловой коммуникации на материале немецкоязычной коммерческой корреспонденции.

### 3. Анализ полученных результатов

Говоря о специфике деловой коммуникации между бизнес-партнёрами, следует отметить её изначальный преимущественно формальный асимметричный характер, нацеленный на достижение поставленных целей коммуникантами на максимально выгодных для обеих сторон условиях.

При этом природа деловых отношений в большинстве случаев предполагает преимущественное положение Заказчика по отношению к исполнителю, поскольку в конечном итоге именно от волеизъявления заказчика будет зависеть его решение воспользоваться предлагаемыми услугами Исполнителя или воздержаться от данного шага. Таким образом, для достижения деловой коммуникативной интенции Исполнителя – установления деловых отношений с Заказчиком, Исполнитель должен непременно проявить максимальную вежливость в процессе делового общения, реализуя соответствующие ситуативно обусловленные коммуникативные средства и способы воздействия на участника коммуникации, которые и являются предметом нашего дальнейшего рассмотрения.

### 3.1. Тактики вежливости в коммерческих предложениях

Согласно традициям делового оборота начальным этапом установления деловых отношений между партнёрами является предоставление исполнителем в адрес заказчика коммерческого предложения, как правило, снабжённого кратким сопроводительным вводным вежливым текстом с использованием рутинных формул, например:

*Sehr geehrter Herr Borisov,  
wir erlauben uns aufgrund der in ihrem Büro stattgefunden Besprechungen nachfolgendes Angebot für die Ausarbeitung der Einreichplanung für die Erweiterung der Lagerhalle zu legen.*

*Уважаемый господин Борисов!  
Позвольте представить Вам на рассмотрение настоящее коммерческое предложение на разработку проектной документации для расширения складского помещения по результатам переговоров, проведённых в офисе Вашей организации.*

Приведённый пример является классическим образцом вежливости в деловом общении. Употребление глагола *erlauben* «позволять» подчёркивает тактику признания исполнителем приоритетной позиции заказчика и призвано исключить категоричность и фамильярность в речевом поведении исполнителя. Намеренно выраженное уважение к потенциальному деловому партнёру направлено на то, чтобы вызвать ответную симпатию у противоположной стороны и тем самым повысить шансы на успешное развитие делового взаимодействия у самых его истоков.

После изложения непосредственных коммерческих данных обычно коммерческое предложение завершается следующим финальным текстом, например:

*Wir hoffen, dass unser Angebot ihren Vorstellungen entspricht und gehen davon aus, dass im Zuge eines gemeinsamen Gespräches das Einvernehmen über technische und kaufmännische Punkte hergestellt werden könnte. Für Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.*

*Мы надеемся, что наше коммерческое предложение оправдывает Ваши ожидания, и исходим из того, что в процессе переговоров мы сможем достичь согласия в технических и коммерческих вопросах. Мы всегда готовы ответить на все Ваши обращения.*

В рассматриваемой ситуации на модус вежливости указывает глагол *hoffen*, а также употребляемый в качестве модального модификатора в сослагательном наклонении модальный глагол *können*, выражающие некую неуверенность и надежду на сотрудничество. Заключительная фраза, содержащая информацию о готовности к обратной связи, является недвусмысленным сигналом к стремлению продолжить диалог, тем самым предоставляя партнёру возможность выбора и сокращая его коммуникативные затраты. Рассмотренные на примере описанных ситуаций тактические шаги можно интерпретировать как признание адресантом (исполнителем) преимущественного положения адресата (заказчика), что свойственно взаимодействию в формате деловой коммуникации, имеющей преимущественно ассиметричный характер.

В случае позитивного исхода переговоров и успешной коммуникации между деловыми партнёрами реакция адресата (заказчика) обычно характеризуется одобрением предложенных условий и также реализуется в рамках модуса вежливости, например:

*Nach unserer detaillierten Überprüfung Ihres Angebotes können wir festhalten, dass wir Ihr Unternehmen bei Einhaltung aller ihrerseits zugesagten Konditionen als potentiellen Geschäftspartner sehen würden.*

*После подробного рассмотрения Вашего коммерческого предложения при соблюдении заявленных Вами условий мы можем констатировать нашу готовность рассматривать Ваше предприятие как потенциального делового партнёра.*

В анализируемом контексте реализация максим вежливого общения в реакции адресата осуществляется посредством употребления модального глагола *sehen* (видеть, смотреть) в сослагательном наклонении. Тем не менее, обстоятельственный уточнитель *bei Einhaltung aller Konditionen* (при соблюдении условий) является интенсификатором коммуникативной интенции адресата и косвенно указывает на дистанцирование и его более высокое положение по отношению к адресанту в иерархии участников деловой коммуникации. При этом данный тактический приём в силу превалирующего характера информации о принципиальной готовности к сотрудничеству не придаёт высказыванию излишней категоричности, не наносит вреда имиджу адресанта и наряду с этим стимулирует его к надлежащему исполнению взятых на себя обязательств. Описанный исход делового общения предполагает успешную реализацию коммуникативных интенций адресанта в рамках рассматриваемой коммуникативной ситуации.

Нередко в целях достижения своих коммуникативных интенций адресант с помощью рутинных формул прибегает к тактическим приёмам, выражая свою симпатию адресату, например:

*Es wäre eine große Ehre für uns mit Ihrem soliden und prominänten Unternehmen zusammenarbeiten zu dürfen.*

*Сотрудничество с Вашим солидным и известным предприятием было бы большой честью для нас.*

В рассматриваемой ситуации адресант прямо выражает своё признание потенциальному деловому партнёру, подчёркивая его высокий статус и, тем самым, предпринимая попытку расположить его к себе. Употребление сослагательного наклонения в сочетании с инфинитивной конструкцией с модальным глаголом указывает на модус вежливости в процессе делового общения.

Для достижения рассматриваемой интенции адресант может использовать тактику заверения, например:

*Wir sichern zu, wir werden uns das mögliche tun damit die ganzen im Vertrag festgehaltenen Leistungen zu Ihrer vollen Zufriedenheit qualitativ einwandfrei und termingerecht ausgeführt werden.*

*Заверяем, что мы сделаем всё от нас зависящее, чтобы предусмотренные договором работы были выполнены качественно и в срок в полном соответствии с Вашими пожеланиями.*

В представленном контексте в стремлении убедить адресата в правильности выбора и принятого решения адресант выражает твёрдую уверенность и оптимизм, предвосхищая успешный результат сотрудничества в будущем и используя лексические средства с семантикой уверенности, как то: глагол *zusichern* (заверять), обстоятельственный уточнитель *zu Ihrer vollen Zufriedenheit* (в полном соответствии с Вашими пожеланиями) и т.п.

Необходимо отметить, что не всегда участникам коммуникации в деловой среде удаётся успешно реализовать свои коммуникативные интенции. Результатом такого развития ситуации



могут послужить разного рода коммерческие, технические или организационные обстоятельства, существенно затрудняющие или исключающие возможность сотрудничества. Вследствие этого адресант в вежливой форме заявляет партнёру об отказе от сотрудничества, как правило, сообщая причину такого отказа в соответствии с нормами делового этикета, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,*

*wir bedanken uns für Ihr Angebot, das wir von ihnen rechtzeitig bekommen haben. Jedoch müssen wir Ihnen mitteilen, dass die von Ihnen angebotenen Preise die Durchschnittswerte von den anderen Mitbewerbern erheblich übersteigen. Wir bedauern diese Nachricht Ihnen mitteilen zu müssen und würden uns über eine Zusammenarbeit mit Ihnen in Zukunft sehr freuen.*

*Уважаемые дамы и господа!*

Благодарим Вас за направленное коммерческое предложение, которое к нам своевременно поступило. Тем не менее, мы должны сообщить Вам, что указанные в Вашем предложении цены существенно превышают средние ценовые показатели, представленные другими участниками тендера. Сожалею о необходимости сообщить Вам данную информацию и были бы очень рады нашему сотрудничеству в дальнейшем.

Примечательно, что в данном контексте вежливый отказ от сотрудничества сообщается адресантом (заказчиком) косвенно с учётом объективных обстоятельств в качестве аргументации. Адресант избегает прямого непосредственного отказа, стремясь исключить или свести к минимуму субъективный фактор при принятии такого неблагоприятного для адресата (исполнителя) решения. На модус вежливости высказывания указывают союз *jedoch* (всё же, однако), а также модальные глаголы *müssen* (долженствовать) для обозначения вынужденного исполнения нежелательного действия и рутинная формула в сослагательном наклонении. При этом, заявляя о наличии перспектив дальнейшего сотрудничества, даже если это заявление носит исключительно формальный характер, адресант сохраняет имидж адресата.

В гораздо менее выгодном положении с точки зрения структуры деловых взаимоотношений оказывается адресант, выступающий в роли потенциального исполнителя, который в силу тех или иных обстоятельств должен заявить об отказе от предложения заказчика вступить в потенциальные деловые взаимоотношения с последним. В таком случае с целью минимизации негативных последствий в перспективе дальнейшего сотрудничества и сохранения имиджа адресата интенция адресанта выражается лексическими и грамматическими средствами, наиболее полно реализующими максимы вежливости в высказывании. На реализацию максим вежливости в данном контексте указывают такие лексические модификаторы как глагол *sich entschuldigen* (извиняться), наречие *leid* (жаль), *aufrichtig* (искренне) а также грамматические модификаторы – модальные глаголы *dürfen* и *können* (иметь дозволение, мочь), употребляемые в сослагательном наклонении. Тактика повторения извинений призвана подчеркнуть искреннее сожаление адресанта в связи с невозможностью сотрудничества, несмотря на проделанную работу и огромные усилия для реализации взаимовыгодного сотрудничества, и тем самым сохранить имидж адресата, а также свести к минимуму его коммуникативные затраты, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,*

*wir dürfen uns für die verspätete Rückmeldung vielmals entschuldigen. Ihre Tender-Unterlagen und Pläne wurde von unseren Technikern sehr genau überprüft. Nach Abwiegen aller Möglichkeiten sind wir schlussendlich zu der Entscheidung gekommen, dass wir das Projekt nicht anbieten könnten. Es tut uns leid, dass wir keine bessere Nachricht für Sie haben und bedanken uns aufrichtig für Ihre Geduld.*

*Уважаемые дамы и господа!*

Приносим свои многократные извинения за задержку ответа. Предоставленная Вами тендерная документация и чертежи были тщательно рассмотрены нашими инженерами. Мы проана-

лизировали все имеющиеся ресурсы и в конечном итоге пришли к мнению о невозможности представить предложение по данному проекту. Сожалеем, что у нас нет для Вас других новостей и искренне благодарим Вас за Ваше терпение.

### 3.2. Тактики вежливости в рекламациях

Как было показано выше, коммуникативные тактики применяются адресатом преимущественно с целью побудить одного участника коммуникации принять интенции другого. При этом деловые отношения зачастую сопряжены с ситуациями, в которых исполнение договорных обязательств одним из коммуникантов (например, исполнителем) не соответствуют ранее достигнутым договоренностям сторон и требует соответствующего воздействия на него со стороны другого участника договорных отношений (например, заказчика), например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,  
in Ihrem Leistungsumfang wurden auf den oben genannten Bauvorhaben Mängel festgestellt, welche in der Anlage 1 aufgelistet sind. Wir bitten Sie, die Mängelbehebungsmaßnahmen bis zum in der Anlage angegebenen Termin durchzuführen und das genaue Mängelbehebungsdatum mit der Geschäftsleitung des Einkaufszentrums vorab abzustimmen.*

*Уважаемые дамы и господа!*

*В составе оказанных Вами услуг на вышеупомянутом Объекте были установлены дефекты, отражённые в Приложении 1. Мы просим Вас устранить данные несоответствия до указанного в приложении срока и предварительно согласовать дату устранения дефектов с администрацией торгового центра.*

Из приведённого примера следует, что адресант (заказчик) использует тактику указания на ненадлежащее исполнение договорных обязательств адресата (исполнителя), преследуя намерение оказать воздействие на последнего, то есть добиться от него устранения несоответствий в кратчайшие сроки в силу своего заведомо более высокого положения в иерархии участников деловых взаимоотношений. При этом он стремится придать своему высказыванию определённую степень категоричности, не выходя за рамки модуса вежливости. На вежливый характер коммуникации указывает глагол *bitten* (*просить*), который в данном контексте формально выражает просьбу, а не требование. Тем не менее, модус вежливости в данном случае сопровождается употреблением минимального количества языковых средств, направленных на сохранение имиджа адресата в рамках существующего делового этикета.

Другой характер модуса вежливости наблюдается в коммуникативных ситуациях, в которых исполнитель выступает в роли адресанта сообщения. Это говорит о том, что он принял ранее направленную в его адрес интенцию и реагирует в вежливой форме на категоричное требование партнёра по коммуникации, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,  
vielen Dank für Ihre Bemerkungen, welche von uns sorgfältig überprüft wurden. Wir dürfen Ihnen mitteilen, dass die erforderliche Mängelbehebung vollständig ausgeführt ist. Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie Ihren zuständigen Vertreter zur Abnahme der Mängelbehebungsarbeiten in den nächsten Tagen delegieren könnten.*

*Уважаемые дамы и господа!*

*Благодарим Вас за замечания, которые мы тщательно проработали. Позвольте сообщить Вам, что необходимые работы по устранению недостатков выполнены в полном объёме. Мы были бы Вам признательны, если бы Вы в ближайшие дни смогли направить ответственного представителя Вашей компании для приёмки работ.*

Удовлетворяя пожелания заказчика, исполнитель стремится прежде всего имплицитно реализовать возможные максимы вежливости, в то время как он не противоречит ему и не приводит какие-либо аргументы в своё оправдание с помощью тактики *согласия с позицией заказчика*. Эксплицитная реализация модуса вежливости в анализируемом примере в отличие от предшествующего контекста достигается многочисленными лексическими и грамматическими средствами – используются модальные глаголы *dürfen* (иметь дозволение) и *können* (мочь) в претерите конъюнктива, прилагательное *dankbar* (благодарный), которые прямо указывают на его признательность адресату.

Проанализированный материал позволил установить коммуникативные ситуации, в которых в силу складывающихся обстоятельств, предопределяющих речевое поведение коммуникантов, коммуникация в рамках модуса вежливости постепенно обретает более категоричный характер. В таких ситуациях адресат игнорирует интенцию адресанта, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,  
hiermit möchten wir Sie darauf aufmerksam machen, dass Ihre Verpflichtungen im Rahmen unseres Liefervertrages nur teilweise in der Anfangsphase von der ganzen Liefermenge eingehalten wurden. Die Minderlieferware - 1 196 663 m<sup>2</sup> wurde etappenweise zum Bestimmungsort erst in der KW 22 mit sechswöchigem Verzug geliefert. In der Hoffnung auf Ihr Verständnis bitten wir Sie die außenständige Ware auf schnellstem Wege nachzuliefern.*

*Уважаемые дамы и господа!  
Настоящим мы бы хотели обратить Ваше внимание, что обязательства с Вашей стороны в рамках договора поставки лишь только частично выполнены на начальном этапе его реализации. Недоукомплектованный товар в объёме 1 196 663 м<sup>2</sup> был поставлен к месту назначения на 22 календарной неделе с задержкой в шесть недель. В надежде на Ваше понимание просим Вас как можно скорее выполнить поставки недостающего товара.*

В анализируемом тексте адресант (заказчик) указывает на несоблюдение сроков и объёмов поставок адресатом (исполнителем), однако делает это в предельно вежливой форме. Вежливость общения обеспечивается как лексическими средствами смягчающего характера – употреблением наречия *teilweise* (частично), словосочетания *in der Hoffnung* (в надежде), глагола *bitten* (просить) так и такими грамматическими модификаторами, как модальный глагол *mögen* (хотеть) в сослагательном наклонении. В данном случае автор высказывания прибегает к тактике избегания конфликта на начальном этапе конфронтационной коммуникации, которая нацелена на поиск взаимопонимания между интерактантами, необходимость в котором может быть продиктована теми или иными обстоятельствами Адресанта, как, например, сжатые сроки реализации проекта, зависящие от поставки данного товара. То есть адресант своим предельно вежливым отношением стремится оказать психологическое воздействие на адресата и вызвать в нём сознательное отношение к исполнению своих обязанностей в рамках имеющихся договорных отношений, при этом прибегая к высоким коммуникативным затратам.

Если адресат игнорирует направленную на него интенцию адресанта или намеренно избегает обратной связи, реакция адресанта в высказывании может приобрести высококатегоричный характер, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,  
bezug nehmend auf unser letztes Schreiben vom ... machen wir Sie darauf aufmerksam, dass die nachzuliefernde Ware trotz unserer Mahnungen auf der Baustelle immer noch nicht eingetroffen ist. Wir fordern Sie auf Ihren Vertragsverpflichtungen sofort nachzukommen und die erforderliche Ware so schnell als möglich zum Bestimmungsort zu liefern. Bei Nichteinhaltung Ihrer Verpflichtungen behalten wir uns das Recht vor entsprechende Ersatzmaßnahmen einzuleiten. Selbstverständlich werden die dabei anfallenden Kosten an Sie weiterverrechnet.*



*Уважаемые дамы и господа!*

*Ссылаясь на наше последнее письмо от ... обращаем Ваше внимание на то, что несмотря на наши предшествующие требования, материал до настоящего момента не поступил на стройплощадку. Призываем Вас немедленно исполнить Ваши договорные обязательства и как можно скорее поставить товар к месту назначения. В случае неисполнения договорных обязательств с Вашей стороны мы оставляем за собой право воспользоваться услугами другого поставщика. Само собой разумеется, что все связанные с данными мерами расходы будут выставлены Вам в счёт.*

В приведённом примере мы видим, что максимы вежливости с учётом сложившихся обстоятельств, а именно неисполнения адресатом предписанных обязательств, несмотря на многократные напоминания и требования, сведены к формальному минимуму, а высказывание имеет явный категоричный характер. На категоричность указывают такие лексические средства как глаголы *auffordern* (призывать, потребовать), *sich das Recht vorbehalten* (оставлять за собой право), наречия *sofort* (немедленно), *so schnell als möglich* (как можно скорее), отражающие срочный характер требуемого к выполнению действия. Из макроконтекста следует, что протекающая коммуникация не предполагает усилий по разрешению конфликта. Напротив, адресант (заказчик) открыто заявляет о потенциальных мерах административно-финансового воздействия на адресата (исполнителя), тем самым демонстрируя ему утрату доверия со своей стороны и оказывая отрицательное воздействие на его имидж.

Если попытки адресанта (заказчика) оказать воздействие на адресата (исполнителя), то есть донести до него свою коммуникативную интенцию посредством многократных обращений с повышением степени категоричности высказывания, не приводят к успеху, то коммуникация может трансформироваться в открытое конфликтное противостояние, тогда как само высказывание оформляется в модусе агрессивного речевого поведения, например:

*Sehr geehrte Damen und Herren,*

*durch die Falschmeldungen sowie auf Grund einer groben und beispiellosen Verletzung der Vertragsverpflichtungen seitens Ihrer Firma hat unser Unternehmen erhebliche Verluste erlitten. Wir fordern Sie auf, die Konventionalstrafe lt. der Anlage 1 zum vorliegenden Schreiben sofort zu bezahlen. Sollte unsere Forderung bis zum genannten Termin von Ihnen nicht eingehalten werden, werden wir uns ans entsprechende Arbitragegericht wenden müssen.*

*Уважаемые дамы и господа!*

*В результате предоставления Вами недостоверной информации, и даже грубого и беспрецедентного нарушения договорных обязательств наше предприятие понесло существенные убытки. Требуем немедленно уплатить неустойку согласно расчёта отражённого в Приложении 1 к настоящему письму. В случае невыполнения данного требования до указанной даты мы будем вынуждены обратиться в соответствующий арбитражный суд.*

В рассматриваемом случае мы видим, что возможности досудебного урегулирования спорной ситуации практически исчерпаны. Это подтверждается категоричным требованием уплаты неустойки адресатом, а также абсолютно твёрдым намерением адресанта (заказчика) обратиться в судебные органы с целью восстановления нарушенного права. Агрессивность высказывания, а также предельно категоричная и непреклонная позиция адресанта подтверждается словосочетанием *grobe und beispiellose Verletzung* (грубое и беспрецедентное нарушение), а также наречием *sofort* (немедленно).

## Выводы

Проведённый анализ речевого поведения коммуникантов на материале немецкой деловой документации позволил определить тактики с целью достижения их успешного взаимодействия, а также выявить релевантные ситуативно обусловленные экстралингвистические факторы, влияющие на реализацию данных тактик.

В результате исследования установлено, что в силу специфики деловых взаимоотношений между участниками коммуникации, а именно более высокой социальной позиции Заказчика по отношению к Исполнителю, последний несёт большие коммуникативные затраты для достижения своих интенций, реализуемых посредством модуса вежливости.

Выбор тактик вежливого общения коммуникантом обусловлен как складывающимися обстоятельствами, так и отношением адресата к интенциям адресанта – их выполнением или игнорированием. При реализации интенций адресанта коммуникация остаётся в модусе вежливости, при их игнорировании интеракция переходит в модус агрессивности.

К экстралингвистическим факторам, влияющим на выбор коммуникативных средств и способов адресанта, относится надлежащее или ненадлежащее исполнение обязательств, восприятие или игнорирование коммуникативных интенций адресатом.

© Вереютин В.Ю., 2021

## Список литературы

1. Баукина С.А. Языковая реализация коммуникативного намерения в деловом общении (на примере немецкого языка) // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2017. №6 (72). Ч.2. С.72-74.
2. Газизов Р. А. Лексические способы реализации эксплицитной вежливости в немецкой лингвокультуре // *Вестник Российского университета дружбы народов*. 2014. № 4. С. 76-84.
3. Глушак В. М. Стратегии речевого поведения, направленные на сближение с партнёром по коммуникации // *Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета*. 2009. № 2. С. 69-73.
4. Глушак В. М. Языковое моделирование образцов речевого поведения // *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2007. № 7 (51). С. 35-42.
5. Горпенникова Ю.Г. Лексические средства репрезентации эксплицитного извинения в немецкой деловой E-mail-коммуникации // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2018. №4 (82). Ч.1. С.77-81.
6. Леонтьев А. А. Деятельность общения как объект научного исследования // Леонтьев А. А. *Психология общения*. М.: Смысл, 1999. С. 27-29.
7. *Лингвистический энциклопедический словарь*. М., Советская энциклопедия, 1990.
8. Раскопки Л.П. Особенности реализации делового дискурса в жанре делового письма на немецком языке // *Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики*. 2019. №3. С.191-203.
9. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. *Studies in International Sociolinguistics* /P. Brown, S. Levinson. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
10. Grice H.P. Logic and Conversation / H.P. Grice // *Syntax and semantics*: Vol. 3. Speech acts; P. Cole, J.L. Morgan (eds.). New York: Academic Press, 1975. P.41-58.
11. Leech G.N. Principles of pragmatics / G.N. Leech. London: Longman, 1983. 250 p.

## References

1. Baukina, S.A. Iazykovaia realizatsiia kommunikativnogo namereniiia v delovom obshchenii (na primere nemetskogo iazyka) [Linguistic implementation of communicative intention in business communication (on the example of the German language)] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2017. №6 (72). Ch.2. S.72-74.
2. Gazizov, R. A. Leksicheskie sposoby realizatsii eksplitsitnoi veshlivosti v nemetszkoi lingvokulture [Lexical methods of implementing explicit politeness in German linguistic culture] // *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov*. 2014. № 4. S. 76-84.
3. Glushak, V. M. Strategii rechevogo povedeniia, napravlennye na sblizhenie s partnerom po kommunikatsii [Speech behavior strategies aimed at rapprochement with a communication partner] // *Vestnik Piatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. 2009. № 2. S. 69-73.
4. Glushak, V. M. Iazykovoe modelirovanie obraztsov rechevogo povedeniia [Language modeling of speech behavior patterns] // *Vestnik Tambovskogo universiteta. Serii: Gumanitarnye nauki*. 2007. № 7 (51). S. 35-42.

5. Gorpennikova, Iu.G. Leksicheskie sredstva reprezentatsii eksplitsitnogo izvineniia v nemetskoj delovoi E-mail-kommunikatsii [Lexical Means of Representing Explicit Apology in German Business E-mail Communication] // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2018. №4 (82). Ch.1. S.77-81.
6. Leont'ev, A. A. Deiatel'nost' obshcheniia kak ob'ekt nauchnogo issledovaniia [Communication activities as an object of scientific research] // *Leont'ev A. A. Psikhologiya obshcheniia*. M.: Smysl, 1999. S. 27-29.
7. *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. M., Sovetskaja entsiklopediia, 1990.
8. Raskopkina, L.P. Osobennosti realizatsii delovogo diskursa v zhanre delovogo pis'ma na nemetskom iazyke [Features of the implementation of business discourse in the genre of business writing in German] // *Vestnik PNIPU. Problemy iazykoznanii i pedagogiki*. 2019. №3. S.191-203.
9. Brown, P., Levinson, S. *Politeness: Some universals in language usage. Studies in International Sociolinguistics* / P. Brown, S. Levinson. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
10. Grice, H.P. Logic and Conversation / H.P. Grice // *Syntax and semantics: Vol. 3. Speech acts*; P. Cole, J.L. Morgan (eds.). New York: Academic Press, 1975. ., 41-58.
11. Leech, G.N. *Principles of pragmatics* / G.N. Leech. London: Longman, 1983. 250 p.

### Сведения об авторе:

**Вереютин Владислав Юрьевич** – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры немецкого языка МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: семантика, когнитивная лингвистика, межкультурная коммуникация. E-mail: v.vereyutin@my.mgimo.ru

### About the author:

**Vladislav Y. Vereyutin** – PhD, Senior Lecturer of Department of German Language, MGIMO University (Moscow, Russia). Spheres of research and professional interest: semantics, cognitive linguistics, intercultural communication. E-mail: v.vereyutin@my.mgimo.ru

\* \* \*