

Л. А. МОЗЕРОВА, М. Н. МАКЕЕВА

К ВОПРОСУ О РИТОРИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТОВ ОБИХОДНО-ДЕЛОВОГО ЖАНРА

Различные способы риторической организации текстов широко применяют в средствах массовой информации, это связано с необходимостью воздействовать на аудиторию с целью убеждения. Применение риторических способов характерно также и для документов, но встречается не во всех типах документов. В работе приводятся результаты проведенного анализа риторической организации текстов документов с точки зрения их воздействия на адресата.

На организационном уровне анализ направлен на выявление элементов текстовых структур, на содержательном уровне изучаются грамматические лексические, синтаксические и стилистические особенности. Также изучается применение психологических приемов для воздействия на читателя.

Для определения структуры текста документа следует принимать во внимание существующие теории организации текстов, которые делятся на риторические и нериторические. Риторика в работе определяется как наука о способах воздействия на людей посредством речи, как устной, так и письменной.

Проведенное исследование текстов документов доказывает, что при их создании авторы (риторы) используют смешанные приемы для воздействия на адресата как риторические, так и лингвистические.

Организационные структуры текстов при этом используются как традиционно-существующие, так и вновь созданные. Следует отметить также, что организация текста зависит от коммуникативного намерения автора, от того, какая реакция ожидается от адресата. Используются средства прагмалингвистики, что позволяет выразить риторические приемы в речевом виде.

Материалом для практического исследования послужили деловые письма – документы, поступающие в Тамбовский государственный технический университет как из российских организаций, так и из иностранных. Примеры организации деловых писем также взяты из английских и американских источников «Writing Guides».

Теоретической основой для риторического анализа является теория коммуникаций, прагматика, психология. Используются два подхода: риторический и лингвистический. Организация текста иссле-

дуются как языковая форма, нацеленная на определенную реакцию получателя. Предложения, из которых состоит текст выстроены в такой последовательности, чтобы выполнить особую коммуникативную функцию – вызвать желаемую ответную реакцию читателя.

Согласно риторической теории, риторический текст может быть определен только по сумме признаков, начиная от описания аудитории и цели и, заканчивая композицией и манерой исполнения.

«Риторический жанр – это исторически сложившийся устойчивый тип риторического произведения, единство особенных свойств формы и содержания, определяемое целью и условиями общения и ориентированное на предполагаемую реакцию адресата». [1] Проведенный в работе риторический и лингвистический анализ подтверждает этот тезис.

Понятие риторичности относится к категориям словесного построения, связанным с целенаправленным авторским отбором и использованием языковых средств [2].

Американские исследователи, применяя прагмалингвистическую точку зрения, указывают, что исследование организации текстов и, в частности, текстов делового письма должно включать не только определение жанра текста, но и цели коммуникации, анализ аудитории, определение формы и использование эффективных приемов.

«The business letter is the basic means of communication between two companies. Business letters should be challenging to write, because you have to consider how to keep your readers' attention. First you must analyze your audience and determine your purpose. The key to writing business letters is to get to the point as quickly as possible and to present your information clearly». [3] (Деловое письмо – основное средство общения между двумя организациями. Написание делового письма должно быть аргументированным, так как необходимо привлечь внимание читателя. Сначала необходимо сделать анализ аудитории и определить цель. Главное в написании делового письма изложить основную мысль как можно более кратко и ясно подать информацию. – Перевод автора).

Американские исследователи представляют модель делового письма, состоящую из следующих элементов:

- шапка на фирменном бланке учреждения или частного лица;
- ссылки и дата;
- адрес получателя;
- приветствие;
- основное содержание письма;
- заключительные фразы;
- подпись.

Рассмотрим пример делового письма:

Bank official paper	шапка
34 Orchard Road, Yen Sun Building, Singapore 0923 4 December 1987 Mr. Albert Chan 1 Sophia Road, 05-06 Peace Center Singapore 0922	адрес
Dear Sir, We are expertly aware that international financial managers need to be able to ask the right questions and work in the market place with confidence.	представление
Corporate Treasury Services, Standard Bank, now provides a week – long Treasury Training programme designed to develop awareness and confidence in managers. We explain the mechanics of foreign exchange and money markets. We discuss risk from an overall standpoint and practical hedging techniques to manage foreign exchange risks. We also discuss	предложение услуги

treasury management information systems, taxation and the latest treasury techniques. We will be holding our next Treasury Training Programme from 24 – 28 February 1987, inclusive. The fee for the Training Programme will be US\$ 1,500 per person to include all luncheons and a dinner as indicated in the schedule as well as all course material. The programme is both rigorous and flexible. It can be tailored to fit the needs of whole corporation or just a few levels within the company.	
We are pleased to inform you that if your company sponsors 6 or more staff for the course, we will offer you a discount of US\$ 100 per person.	стимул
For your convenience, I enclose a reservation form which should be completed and returned directly to me.	приложения
If you have any questions or would like to discuss the programme in more detail, please do not hesitate to contact me.	просьба об ответе
As the number of participants at each training programme is limited, we would urge you to finalize as soon as possible your plans to participate.	использование псих. приема
Thank you very much for your kind consideration. Yours faithfully, Mr. G. Smith	вежливая концовка

В приведенном примере имеются не только все элементы предлагаемой модели, но и дополнительные элементы внутри содержания, которые можно считать риторическими приемами, цель которых – воздействовать на получателя. Возникает возможность построения новой модели делового письма.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что выбор риторических и лингвистических средств для исследования помогает разработать новую модель организации текста, которая может быть использована как в деловом общении внутри одной страны, так и в межкультурном общении и международных коммуникациях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Анисимова Т.В. Деловое общение: речевой аспект. Волгоград: Юридический институт МВД России, 2000. 176 с.
- 2 Макеева М.Н. Риторика художественного текста и ее герменевтические последствия. Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук, Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2000.
- 3 Short, Michael. Understanding texts: Point of view. In G. Brown, K. Malmkajer, A. Pollit, and J. Williams (Eds.), Language and understanding. Oxford: Oxford University Press. 1994. 170 – 190.