

violation of the canon for the expression of communicative intention. The authors of the article have analyzed plenty of current standpoints on the intertextuality and hybrid texts. The studies of the French scientist G. Genette, who points up five types of intertextual relations, were considered the most fundamental, as well as the views of the German researcher M. Pfister, who created a classification of the intensity of the intertextual references. In regards to the analysis of hybrid texts, the viewpoint of the German linguist U. Fix was considered the most structured and appropriate. According to U. Fix, there are such phenomena as the montage (Textmustermontage), mixing (Textmistermischung) and breaking (Textmusterbruch) of the text type. The conclusions drawn can form the basis for further study of the phenomenon of intertextuality as the relationship of specific texts to their text-forming models and the phenomenon of hybrid text types.

Key words: intertextuality, hybrid text type, text type, typological intertextuality.

Ольга Дзыкович,
Валерия Лохтенко

К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ И ГИБРИДНОСТИ ТЕКСТОВ

Статья посвящена исследованию взаимодействия типов текстов, а именно явлениям интертекстуальности и гибридности. Отдельные тексты не могут рассматриваться как изолированные друг от друга объекты, а должны исследоваться в рамках взаимодействия. Данные явления вхождения типов текстов в комплексные коммуникативные структуры являют собой одну с ведущих тенденций современной лингвистики текста и требуют дальнейшего фундаментального рассмотрения, поскольку учёные до сих пор не пришли к единому мнению в этих вопросах. Основательные исследования интертекстуальности являются необходимой предпосылкой для изучения соотносённости отдельного текста с определенным текстовым типом, а также с другими, конкретными текстами, которые имеют такую же типологическую принадлежность. Изучение гибридности позволяет проследить соотношение между коммуникативным предназначением текста и возможной формой исполнения этой функции, а именно исследовать явление нарушения канона для выражения коммуникативной интенции. Авторами статьи было проанализировано множество актуальных взглядов на интертекстуальность и гетерогенность текстов. Наиболее фундаментальными было признано наработки французского учёного Ж. Женнета, который выделяет 5 типов интертекстуальных отношений, а также взгляды немецкого исследователя М. Пфистера, который создал классификацию за интенсивностью интертекстуальных отсылок. В анализе текстовой гетерогенности наиболее структурированной была признана точка зрения немецкой лингвистики У. Фикс, которая предлагает выделять явления монтажа, смешивания и нарушения типа текста. Сделанные выводы могут стать фундаментом для дальнейшего исследования явления интертекстуальности как отношения конкретных текстов к их текстообразующим моделям и явления гибридности (гетерогенности) текстовых типов.

Ключевые слова: интертекстуальность, гетерогенность, гибридность, тип текста, типологическая интертекстуальность.

УДК 81'42=112.2

Oksana Podvoiska
(Cherson)

DIE GESTALTUNG DER GEGENWÄRTIGEN GESCHÄFTSKORRESPONDENZ

У статті аналізуються правила укладання сучасної німецькомовної ділової кореспонденції. Установлено, що ділова кореспонденція як жанр офіційно-ділового стилю

німецької мови зазнає сьогодні низки змін, які надають змогу стверджувати про її проміжне положення між офіційно-діловим та епістолярними стилями. При збереженні таких характеристик офіційно-ділового стилю як точність, чітка структурованість (наявність усталених структурних елементів, їхня послідовність, певна кількість пустих рядків поміж структурними елементами, особливо змістовно важливих), використання певної термінології (економічної, правничої, технічної та яка характеризується передусім широким використанням, а тому є зрозумілою) та типових скорочень (як лексичних, так і поширених у діловій кореспонденції графічних скорочень), як правило, лише одна причина або головне питання для написання ділового листа у німецькомовній діловій кореспонденції були виявлені й ознаки епістолярного стилю: індивідуальність, відмова від безособовості (перехід від пасивних конструкцій до активних формулювань) та канцеляризмів, дружній тон (якого задають передусім лексичні елементи з не бажаним раніше суб'єктивно-емоційним забарвленням), живий стиль спілкування (використання дійсного способу замість умовного), стислість з метою економії часу (за рахунок відмови від описових форм дієслова на користь простих його форм, від складних багатоконпонентних слів, таких властивих для німецької мови, зменшення ролі прийменників для створення номінального стилю, переважання простих речень). Зазначені зміни зумовлені передусім зміною у професійних взаєминах – відмовою від надлишкової офіційності та розумінням ділових стосунків як дружнього людського співіснування. Не останню роль у таких змінах відіграє шанобливе ставлення до нестачі та економії часу у професійній діяльності.

Ключові слова: ділова кореспонденція, офіційно-діловий стиль, епістолярний стиль, канцеляризм.

Die Tätigkeit der Geschäftsleute ist ohne Arbeit mit Geschäftskorrespondenz heute unmöglich und unvorstellbar. Diese besonderen Texte sind nicht einfach das Mittel der Berufskommunikation, sondern deren nötige Instrument. Das verursacht das Komplex von strengen Regeln zur Gestaltung der Geschäftskorrespondenz, die sogenannte Geschäftsetikette.

Die Geschäftsetikette wurde nicht einmal zum Forschungsgegenstand, aber meist der methodischen oder didaktischen Arbeiten (u.a. von Axel Hering, Magdalena Matussek (1996), Anne Buscha, Gisela Linthout (2007), im Duden (2014) [1]. Die Information darüber finden wir auch in unterschiedlichen Ratgebern, die Tipps zur Gestaltung geben. Aber die Texte der Geschäftskorrespondenz brauchen dabei die sprachliche Analyse, insbesondere im diachronischen Aspekt. Dadurch ist die Aktualität dieses Artikels bedingt.

Das Ziel dieses Artikels ist die Systematisierung der sprachlichen Regeln zur Gestaltung der Geschäftskorrespondenz im heutigen Zustand der Sprache.

Zur Erreichung des Zieles ist die Lösung einiger Aufgaben nötig, und zwar:

- die Hauptmerkmale der modernen Geschäftskorrespondenz zu bestimmen;
- die inhaltlichen Struktureinheiten zu charakterisieren;
- die lexikalischen Mittel der modernen Geschäftskorrespondenz festzustellen;
- die grammatischen Besonderheiten anzugeben.

Die Geschäftskorrespondenz unterscheidet sich heute von der privaten nicht nur durch Rechtschreibung, Zeichensetzung und Grammatik (in der privaten ist bestimmte Vernachlässigung heutzutage gekennzeichnet), sondern auch durch den Stil eines Briefes darüber, wie er auf den Empfänger wirkt. Der Empfänger erwartet heute unbedingt relevante Informationen, die in einem klaren und leicht verständlichen Stil präsentiert werden. Die Ursache dazu sehen wir vielleicht in der Beschleunigung der Zeit besonders auf dem professionellen Gebiet und dadurch in der Notwendigkeit der Zeitersparnis. Deswegen, während früher Geschäftsbriefe durch lange inhaltsleere aber nötige sprachlich Höflichkeitskonstruktionen charakterisiert wurden, muss man auf langatmige Einleitungs- und Schlussfloskeln heute verzichten. Heute ist es offenbar die Hauptaufforderung der modernen Geschäftskorrespondenz, die auf allen sprachlichen Ebenen ausgedrückt wird. Zu anderen Zügen der Geschäftskorrespondenz gehören die daraus folgende

deutliche Strukturierung des Briefes, in der Regel nur eine Hauptfrage oder ein Grund zum Schreiben, der nicht große Umfang des Briefes (bis zwei Seiten).

Im Allgemeinen hat der Geschäftsbrief die deutliche Struktur, die dem Empfänger hilft die nötige Information sofort herausfinden und dadurch Zeit ersparen.

Man beginnt mit der Anschrift, die heute nicht mehr durch Leerzeilen untergliedert wird. Die Postleitzahl wird nicht ausgerückt und der Bestimmungsort wird nicht unterstrichen [3, S. 6].

Die nächste wichtige Struktureinheit ist die Datumsangabe. Und hier gibt es Variationen je nach dem Empfänger. In inländischen Geschäftsbriefen sind die Zahlen des Datums durch einen Punkt verbunden, in internationalen – durch Bindestriche. In Privatbriefen gibt man auch den Ort davor an, z.B. *Augsburg, (den; am) 29.03.2018*.

Das Hauptthema des Briefes oder die Inhaltsangabe wurde früher mit dem Leitwort *Betreff* eingeführt, heute aber ist es veraltet (vielleicht auch wegen der Zeitersparnis) und das Leitwort wird weggelassen. Aber für Hervorhebung, das ist eigentlich Überschrift des Geschäftsbriefes, wird diese Information fettgedruckt. Andere Aufforderung ist der kurze aber genaue Ausdruck des Inhalts, z.B.: *Anfrage Werkzeugkästen; Angebot 375 für Ladeneinrichtung und Lagersysteme; Ihr Angebot vom 12.11.2010 Bestellung; Widerruf unserer Bestellung über Heizspiralen; Mahnung zur Rechnung Nr. 417 vom 2.3.2017; Ihre Reklamation vom 05.07.2010* u.a.

Der Text des Geschäftsbriefes fängt man mit der Anrede an. Die Anrede wird mit dem Klischee „*Sehr geehrte(r) ...*“ mit dem Namen des Empfängers und mit dem nachstehenden Komma üblicherweise eingeführt. Ist der Name des Empfängers unbekannt, dann gebraucht man Sammelanrede – *Sehr geehrte Damen und Herren*.

Im Text des Geschäftsbriefes werden die Informationen je nach der Wichtigkeit durch Absätze oft sogar mit einer Leerzeile zur Verdeutlichung abgesondert.

Nach dem Text des Geschäftsbriefes wird die Grußformel mit einer Leerzeile als Briefschluss abgesetzt. Sehr verbreitet ist dabei „*Mit freundlichen Grüßen*“ oder ihre abgekürzte Variante „*MfG*“. Dass die dadurch ersetzten Formeln wie *Mit freundlichem Gruß, Mit verbindlichen Grüßen und Freundliche Grüße* auch heute oft gebräuchlich sind, kann auch als Merkmal der Freundlichkeit der gegenwärtigen Geschäftskorrespondenz betrachtet werden.

Der Geschäftsbrief wird mit dem Namen des Adressanten abgeschlossen, aber davor wird der Name der Firma oder die Bezeichnung der Abteilung oft nochmals angegeben. Das ist ein Unterschied vom Privatbrief und zeigt den formellen Charakter der Geschäftskorrespondenz trotz vieler Abweichungen von den Regeln. Dabei werden zwei bis drei Leerzeilen zwischen dem Namen der Firma und dem des Adressanten gelassen, um vielleicht die Persönlichkeit des Adressanten nicht zu vernachlässigen.

Die optionale Struktureinheit des Geschäftsbriefes ist der Anlagenvermerk, das Wort *Anlagen* wird oft dabei fettgedruckt, damit es besser ins Auge fällt. Alle Anlagen sind danach einzeln aufgeführt, was auch als die Aufforderung des Verständnisses, der Deutlichkeit und also der Zeitersparnis in der Geschäftskommunikation betrachtet werden kann.

Wird den Wortbestand der modernen Geschäftskorrespondenz betrachtet, werden die folgenden Merkmale nachgewiesen.

Die Wahl der lexikalischen Mittel ist wie durch selbst den Gegenstand des Briefes als auch durch den dem Text unterlegter Leitgedanken, den sogenannten Ton des Briefes determiniert, trotz der Minimalisierung der subjektiven emotionellen Färbung. Was die ersten anbetrifft, finden wir unter anderen die je nach dem Gegenstand des Briefes bestimmten Fachausdrücke sowie Eigennamen und Nomenklatur, allgemeinsprachliche Wörter in den analysierten Texten.

Die Bereiche der Fachterminologie sind unterschiedlich und, wie oben angegeben ist, durch den Gegenstand also die Hauptfrage des Geschäftsbriefes gekennzeichnet. Selbstverständlich wird hier die Fachlexik der Geschäftsbeziehungen gebraucht, die durch neutrale Stilfärbung und Eindeutigkeit charakteristisch ist, z.B.: *Mustersendung, Auftrag, Bestellung, Angebot, bestätigen, erfolgen, einschließlich, zulässig, infolge unvorhergesehener Umstände* usw. Meist sind auch die Terminologie der Wirtschaft sowie der Rechtswissenschaft und Rechtbeziehungen gebräuchlich, die zugrunde der Geschäftsbeziehungen liegen, z.B. *Mehrwertsteuer, Verkaufs- und Lieferbedingungen,*

Preisnachlass einräumen, zum Nettopreis von, den Betrag gutschreiben, mit einem Nachlass; Erfüllungsort des Kaufes, Eigentum des Verkäufers, die Gewährleistung übernehmen von ... usw. Verbreitet ist auch technische Fachterminologie, die oft Gegenstände, Waren, technische Daten u.Ä. in Geschäftskommunikation bezeichnet, z.B.: *Chromnickel – Heizspiralen, die Scharniere der Kästen, das fehlende Werkzeug, Verbindungsnielen, Die Scharniere am Klappmechanismus* usw. Die Hauptregel der Ausnutzung aller dieser lexikalischen Einheiten ist Verständlichkeit und leichte Erfassbarkeit, deshalb ist der Gebrauch von engspezialisierten Fachwörtern, Zusammensetzungen aus vielen Komponenten und vieldeutigen Wörtern beschränkt.

Die Zusammensetzungen sind bekanntlich eine typische Eigenschaft der deutschen Sprache, und die Geschäftskorrespondenz ist keine Ausnahme hier. Aber es sei betont, dass eine geringere Zahl der Zusammensetzungen aus mehr als zwei Komponenten in den Texten der Geschäftskorrespondenz nachgewiesen wurde und meist die zweigliedrigen Zusammensetzungen verbreitet sind, z.B.: *Liefertermin, Lieferbedingungen, Katalogpreise, Mustersendung, Wareneingang, Rechnungsbetrag, Gültigkeitsdauer, beiderseitig* und viele andere. Und diese Tendenz kann auch durch Notwendigkeit der Zeitersparnis und der leichten Erfassbarkeit erklärt werden.

Dadurch ist auch der Gebrauch von vielen Abkürzungen bedingt, die aber in der schriftlichen Fachkommunikation usuell und verständlich sind, z.B.: *v.M., vgl., Stck., e.h., Fa., b.w., s.* usw. Wenn lexikalische Abkürzungen in allen Bereichen der Kommunikation (in der Geschäftskorrespondenz auch) verbreitet sind, sind die graphischen Abkürzungen ein markantes Merkmal gerade hier, z.B.: *V. (der Vertrag), ult. (ultimo / das Monatsende), s.o. (siehe oben), n.W. (nächste Woche), ntto (netto)*. Besonders auffallend sind die graphischen Abkürzungen, die eine abgekürzte Einheit aus allen oder einigen Konsonanten eines Wortes vorstellen, z.B.: *Stck. (das Stück), lt. (laut), Dtzd. (Dutzend), fmdl. (fernmündlich), ntto (netto)*. Sie tragen also nicht nur zu der Zeitersparnis, sondern auch dem größeren Verständnis als andere Abkürzungen bei, die oft Homonyme sind, vgl.: *Sa. (Summa oder Samstag), u.a. (unter anderem oder und andere), KG (Kommanditgesellschaft oder Konsumgenossenschaft), i.V. (in Vollmacht oder in Vertretung)*.

Wie schon oben angegeben wurde, sind die lexikalischen Einheiten in den Texten der Geschäftskorrespondenz auch durch den sogenannten Ton des Briefes gekennzeichnet, die subjektiv-emotionelle Färbung verleihen. Meist ist dieser Ton freundlich, wie im folgenden Text der Mahnung, wo emotionelle „freundliche“ Elemente fettgedruckt sind:

wir haben Ihnen unsere Bürostühle „Komfort“ gerne geliefert, weil wir sicher sind, dass Ihre Mitarbeiter darauf gut sitzen und deshalb zufrieden sein werden.

Ebenso gerne würden wir nun die Begleichung der noch offenen Rechnung vom 09.01.2010 über 1385,00 EUR inkl. MwSt. sehen. Dürfen wir Sie freundlich daran erinnern? Oder sind Sie vielleicht mit der gelieferten Ware unzufrieden? Dann ist unsere Frau Martin (Tel. -319) gerne zu einem Gespräch mit Ihnen bereit.

Ungeachtet des Inhaltes des Textes der Geschäftskorrespondenz (wie u.a. in Mahnungen, Reklamationen u.Ä.) muss der Ton aber immer freundlich sein, was auch ein Merkmal der Geschäftskorrespondenz heutzutage genannt werden kann. So wird empfohlen auf Amtsdeutsch und Floskeln, Formulierungen mit Drohcharakter, moralisierende Vorwürfe zu verzichten oder, wenn es nötig ist, minderst höflich zu bitten oder deutlich aufzufordern die Konsequenzen dabei anzuführen [3, S. 66, 73].

Weitere Änderungen in der Geschäftskorrespondenz zugunsten des Verständnisses und also der Freundlichkeit, der Kürze und also der Zeitersparnis sieht man in dem allmählichen aber ständigen Verzicht auf die Streckformen, die als Merkmal des Nominalstils und Eigenschaft des Amtsdeutsch bezeichnet werden. Solche Ablehnung wird durch mögliche Schwierigkeiten im Verständnis erklärt, vgl.: *etwas einer Prüfung unterziehe* anstatt *prüfen*, *Zustimmung erteilen* anstatt *zustimmen*, *Erstattung vornehmen* anstatt *erstatten*, *dem Bedauern Ausdruck verleihen* anstatt *bedauern*, *sich mit dem Gedanken tragen* anstatt *planen*, *beabsichtigen*.

Das Verzicht auf die Überflüssigkeit im Text, die umgekehrt im Amtsdeutsch wirklich so wichtig ist, trägt auch zur Kürze, Prägnanz und Lesefreundlichkeit der Geschäftskorrespondenz bei. J. Sauer nennt verschiedene Kategorien von solchem überflüssigen Ballast:

- Überflüssige Adjektive, die keine zusätzliche Information bringen, vgl.: *Einzelne Details finden Sie in unserem Katalog auf Seite 43.* → *Details finden Sie in unserem Katalog auf Seite 43; Die ersten Vorgespräche zu dem geplanten Projekt finden am ... und am ... statt.* → *Die Vorgespräche zu Projekt X finden am ... und am ... statt.*
- Überflüssige Vorsilben, die oft „Modesilben“ aus der Umgangssprache und inhaltsleer sind, vgl.: *Um Rückantwort bis ... wird gebeten.* → *Bitte antworten Sie uns bis ...; Vielen Dank für Ihre Mithilfe.* → *Vielen Dank für Ihre Hilfe.*
- Überflüssige Synonyme, die oft Entlehnungen sind, vgl.: Sie haben folgende Alternativmöglichkeit: ... → *Sie haben folgende Alternative: ... oder Sie haben folgende Möglichkeit: ...; Die Testversuche zeigten, dass das Material in Ordnung ist.* → *Die Tests zeigten, dass das Material in Ordnung ist. Oder: Die Versuche zeigten, dass das Material in Ordnung ist.*
- Überflüssige Partizipien, die die offenbare Information geben und so den Text verlängern, vgl.: *Aus Ihren uns nun vorliegenden Unterlagen geht hervor, dass ...* → *Aus Ihren Unterlagen geht hervor, dass ...; Die von Ihnen vorgebrachten Einwände verstehen wir gut.* → *Ihre Einwände verstehen wir gut.*
- Komplizierte Ausdrücke, die durch verständliche und kurze Formen – oft einfache Wörter ersetzt werden können. Vgl.: *auf diese Art und Weise* → *so; mit Ausnahme von* → *ohne; bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt* → *bis jetzt; mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit* → *höchstwahrscheinlich.*
- Vorreiter oder sprachliche Einleitungswendungen, die Akzente von der Wichtigerem zum Inhaltslosen verschieben können, vgl.: *Es ist wichtig, dass der Liefertermin eingehalten wird.* → *Bitte halten Sie den Liefertermin ein; Wir verweisen darauf, dass diese Bedingung Bestandteil unserer Vereinbarung ist.* → *Diese Bedingung ist Bestandteil unserer Vereinbarung* [2, S. 103-109].

Solche Prinzipien der Gestaltung heutiger Geschäftsbriefe wie Lesefreundlichkeit, Kürze und deutliche Strukturierung für Zeitersparnis finden wir nicht nur auf der lexikalischen Ebene der deutschen Sprache, sondern auch der grammatischen. Wenn in den Geschäftsbriefen oft Konjunktiv früher gebraucht wurde, ersetzt man ihn oft durch Indikativ heute, was ermöglicht, Veranlassung auszudrücken, und bestimmte Unsicherheit zu beheben. Vgl.: *Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie uns das unterschriebene Formular bis zum 1. März 2018 zurückschicken könnten.* → *Bitte schicken Sie uns das unterschriebene Formular bis 1. März 2018 zurück. Vielen Dank.*

Im Amtsdeutsch sind die bestimmten Präpositionen mit der formellen Schattierung verbreitet wie *laut, gemäß, anlässlich, angesichts, bezüglich* u.a., die zum Nominalstil beitragen. In den heutigen Geschäftsbriefen bevorzugt man doch diese durch allgemeinsprachliche Variationen zu ersetzen, was zur Freundlichkeit beiträgt. Vgl.: *Gemäß § 3 unserer allgemeinen Geschäftsbedingungen ...* → *Nach § 3 unserer allgemeinen Geschäftsbedingungen ...; Anlässlich unseres Gesprächs am ... haben wir Folgendes vereinbart: ...* → *Während unseres Gesprächs am ... haben wir Folgendes vereinbart: ...*

Das Amtsdeutsch ist auch durch Unpersönlichkeit und also den Passivgebrauch gekennzeichnet. In den gegenwärtigen Geschäftsbriefen betrachtet man heute umgekehrt die Umorientierung in Aktivformen, die den Effekt der lebendigen Kommunikation schaffen und zu der heute so benötigten Freundlichkeit beitragen. Vgl.: *Bei Schwertransporten muss die Polizei verständigt werden.* → *Bei Schwertransporten verständigen Sie bitte die Polizei.*

Außerdem werden die langen zusammengesetzten oder erweiterten Sätze im Amtstexten verwendet, die zum Ausdruck von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen, Umständen, Konkretisierung u.Ä. dienen, aber in Geschäftsbriefen zum schweren Verständnis beitragen können. Das erklärt den Übergang zu der Vereinfachung, Kürze und Prägnanz auch in der Syntax der analysierten Texte. Man empfiehlt nur einen Gedanken in einem Satz zu äußern. Z.B.:

*Sehr geehrter Herr Muster,
anlässlich Ihres Besuches und Ihres Gesprächs mit
unserem Herrn Müller wurde vereinbart, dass der am
31. März zwischen Ihnen und uns geschlossene
Vertrag abgeändert werden soll.*

*In der Anlage erhalten Sie den neuen Vertrag in
zweifacher Ausfertigung. Wir bitten Sie höflichst um
Rücksendung eines Exemplars nach vollzogener
Unterschrift.*

*Für Ihre Bemühungen bedanken wir uns im Voraus und
verbleiben mit freundlichen Grüßen*

*Guten Tag, Herr Muster,
vielen Dank für Ihren Besuch und
das angenehme Gespräch.*

*Wie vereinbart haben wir unseren
Vertrag vom 31. März 20. geändert.
Sie erhalten zwei Ausfertigungen.
Bitte schicken Sie uns ein
unterschriebenes Exemplar zurück
[3, S. 105-106]*

Bekanntlich gehört die Geschäftskorrespondenz als ein Genre zum Stil des Amtsverkehrs. Die obengenannten Eigenschaften der gegenwärtigen Geschäftskorrespondenz berechtigen aber zur Schlussfolgerung, dass sie heute eher eine Zwischenstellung zwischen dem Amtsverkehr und dem Epistolarstil annimmt. Vom Amtsdeutsch werden solche Merkmale wie Prägnanz, deutliche Strukturierung, Gebrauch der bestimmten Fachterminologie (wirtschaftliche, rechtliche, technische), der typischen Abkürzungen hier bewahrt, aber die Eigenschaften der Privatbriefe wie Individualität, Verzicht auf der Streckformen, Floskeln, Kanzleisprache, Persönlichkeit, Freundlichkeit, lebendige Kommunikation, Kürze zwecks der Zeitersparnis gewinnen auch an Bedeutung.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Briefe gut und richtig schreiben! Ratgeber für richtiges und modernes Schreiben. – 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. – Bearbeitet von der Dudenredaktion. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2006. – 955 S.
2. Sauer J. Praxishandbuch. Korrespondenz. Mit Musterbriefen von A bis Z. – 3. Auflage. – Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH, 2008. – 209 S.
3. Лалаян Н.С. Ділове листування = Geschäftliche Korrespondenz : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Н. С. Лалаян, О. В. Подвойська. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 128 с.

Oksana Podvoiska

COMPILATION OF MODERN BUSINESS CORRESPONDENCE

The article analyzes the rules for compiling modern German-language business correspondence. It is established that business correspondence as a genre of the official-business style of the German language is undergoing a number of changes that allow us to assert its intermediate position between the official business and the epistolary styles. While preserving such characteristics of the official business style as accuracy, clear structuring (the presence of permanent structural elements, their sequence, a certain number of missing lines between structural elements, especially meaningfully important), use of certain terminology (economic, legal, technical and which is characterized primarily by extensive use, and therefore understandable) and typical abbreviations (both lexical and common in business correspondence graphic abbreviations), the signs of the epistolary style were revealed in German business correspondence: individuality, rejection of impersonality (transition from passive constructions to active ones) and formal language use, friendly tone (due primarily to the attached lexical elements with a previously unrequited subjective and emotional coloration), live style of communication (absence of the conditional sentences), brevity in order to save time (due to the refuse to use descriptive forms of the verb in favor of its simple forms, from complex multicomponent words, such typical of the German language, the diminution of the role of prepositions for creating a nominal style, the predominance of simple sentences). These changes are primarily due to a change in professional relations – the rejection of excessive officiality and the understanding of business relations as friendly human coexistence. Not the least role in such changes is played by respect for the shortage and time saving in professional activity.

Key words: business correspondence, formal business style, epistolary style, formal language.

Оксана Подвойская

СОСТАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ

В статье анализируются правила составления современной немецкоязычной деловой корреспонденции. Установлено, что деловая корреспонденция как жанр официально-делового стиля немецкого языка претерпевает сегодня ряд изменений, которые позволяют утверждать о ее промежуточном положении между официально-деловым и эпистолярным стилями. При сохранении таких характеристик официально-делового стиля как точность, четкая структурированность (наличие постоянных структурных элементов, их последовательность, определенное количество пропущенных строк между структурными элементами, особенно содержательно важными), использование определенной терминологии (экономической, правовой, технической, и которая характеризуется прежде всего широким использованием, а потому понятна) и типичных сокращений (как лексических, так и распространенных в деловой корреспонденции графических сокращений), как правило, только одна причина или основной вопрос для написания делового письма, в немецкоязычной деловой корреспонденции были выявлены и признаки эпистолярного стиля: индивидуальность, отказ от безличности (переход от пассивных конструкций к активным формулировкам) и канцеляризм, дружелюбный тон (который придают прежде всего лексические элементы с не желаемой ранее субъективно-эмоциональной окраской), живой стиль общения (использование действительного способа вместо условного), краткость с целью экономии времени (за счет отказа от описательных форм глагола в пользу его простых форм, от сложных многокомпонентных слов, таких типичных для немецкого языка, уменьшения роли предлогов для создания номинального стиля, преобладания простых предложений). Указанные изменения обусловлены прежде всего изменением в профессиональных отношениях – отказом от чрезмерной официальности и пониманием деловых взаимоотношений как дружественного человеческого сосуществования. Не последнюю роль в таких изменениях играет уважительное отношение к нехватке и экономии времени в профессиональной деятельности.

Ключевые слова: деловая корреспонденция, официально-деловой стиль, эпистолярный стиль, канцеляризм

УДК 811.111'42: 659 (043.5)

Олена Попова,
Валерія Аксютіна,
Ірина Карпенко
(Суми)

СТРАТЕГІЧНИЙ КОМПЛЕКС РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ: ВІД ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДО ДИСКРЕДИТАЦІЇ

Стаття присвячена вивченню вербальної складової при реалізації комплексу стратегій, властивих рекламному дискурсу, адже реклама завжди була невід'ємною частиною людського існування. Але в умовах сьогодення реклама носить не тільки суто інформативний характер, але й активно застосовується суб'єктами господарювання у якості одного з найпоширеніших та найефективніших методів ведення конкурентної боротьби. Насиченість інформаційного простору різноманітною як за змістом, так і за