

*Даль В.И.* Пословицы русского народа – М. : Эксмо : Изд-во ННН, 2005. – 681 с.

*Козум В.И.* Proverbes et dictons de France et leurs equivalents russes: Французские пословицы и поговорки и их русские эквиваленты : словарь. – СПб. : Антология, 2015. – 240 с.

*Колесов В.В.* «Жизнь происходит от слова...». – СПб. : Златоуст, 1999. – 368 с.

*Мокиенко В.М. и др.* Школьный словарь живых русских пословиц. – СПб. : Нева ; М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 352 с.

*Степанов Ю.С.* Константы: Словарь русской культуры. – М. : Языки русской культуры, 1997. – 824 с.

### **“DEATH” CONCEPT IN LINGUISTIC WORLD-IMAGE OF RUSSIANS AND FRENCH (AS EXEMPLIFIED IN PROVERBS)**

The paper deals with comparative analysis of “death” concept representation. It is aimed to study the concept as an object of language, mentality and culture intercommunication. The research is based on the material of Russian and French proverbs. The author comes to the conclusion that prevailing perception of death showcased in Russian and French paremiological constructs is quite similar. Death is regarded as inevitable and untimely occurrence. Furthermore, conclusions are made that modern native speakers of both languages retain national, religious and superstitious conceptualization of death, that require obedience of ethical practices.

**Key words:** concept; death; proverb; national world-image.

УДК 801.6

### **УЧЕТ ФАКТОРА АДРЕСАТА ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ПИСЕМ-ПОЗДРАВЛЕНИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ)**

*Цинь Паньпань*

*Научный руководитель: О.А. Маркасова,  
кандидат филологических наук, доцент (НГПУ, г. Новосибирск)*

В статье рассматривается экстралингвистический подход к изучению адресата в деловых письмах-поздравлениях. Адресация является важным способом выражения искренности поздравления. Перлокутивный эффект речевого действия во многом зависит от фактора адресата. Выделяются некоторые параметры для определения типов адресатов писем-поздравлений.

**Ключевые слова:** адресат; письмо-поздравление; деловая коммуникация; возраст; гендер; социальный статус.

В последние годы интенсивно развивается лингвистическая прагматика. Она занимается исследованием коммуникативных взаимодействий, в центре внимания которых находятся автор и адресат. Адресат – имплицитный создатель и получатель текста, тот, ради которого творятся речи или текст. Н.А. Формановская считает адресата своеобразным «соавтором» любого текста [Формановская 1998: 99]. Н.Д. Арутюнова в своей статье «Фактор адресата» заметила, что «всякий

речевой акт рассчитан на определенную модель адресата. Удовлетворение пресуппозиции адресата составляет одно из важных условий эффективности воздействия» [Арутюнова 1981: 58].

Объектом нашего исследования в данной статье является фактор адресата письма-поздравления в деловой коммуникации. Адресат письма-поздравления – человек или группа людей, в жизни которых произошло радостное событие, служащее поводом для поздравления. Письмо-поздравление как языковой подарок радует адресата. Но еще в деловой коммуникации учитывается и значение письма для будущего партнерства, сотрудничества компаний или лиц. Характеристики адресата определяют выбор языковых средств и содержания поздравления. Учет фактора адресата при составлении писем-поздравлений означает, что «автор должен изменять коммуникативные стратегии и тактики в зависимости от того, на кого он воздействует» [Стернин 2012: 3].

Характеристики адресата подразделяются по разным параметрам.

1. По количеству адресатов выделяются два вида: моноадресат и полиадресат. Соответственно, при обращении к ним используются форма единственного или множественного числа.

2. По возрастному параметру адресат разделяется на 4 типа: адресат-ребенок, адресат – представитель молодежи, адресат среднего возраста и адресат пожилого возраста. Адресат-ребенок обнаруживается больше всего в неофициальных поздравлениях в кругу семьи или среди близких людей. В речи, адресованной ребенку, используются простые слова разговорного стиля, которые содержат ярко выраженное субъективно-оценочное значение [Глухов 2005: 267].

Молодежь склонна к новациям и моде, ей свойственна смешанная литературно-жаргонная речь. Чтобы привлечь внимание молодежи, можно включать в письмо-поздравление модную лексику, элементы языковой игры.

Люди среднего возраста занимают ключевые позиции и в деловой сфере, и в семье, они успешно и регулярно соблюдают нормы и правила поведения, в том числе и речевого, и их речевые возможности наиболее богаты [Тарасенко 1999: 7].

Старшее поколение, в отличие от молодежи, не склонно к новациям, традиционно и консервативно [Формановская 2009: 82]. При обращении к пожилому адресату требуется особое уважение.

Адресаты разных возрастов обладают разным мировоззрением и ценностями, для них характерны разные психологические состояния. Как отмечает Т.П. Сухотерина, специфика пожеланий является одним из факторов индивидуальной ориентированности коммуникации в поздравлениях [Сухотерина 2007: 13].

	<b>В русских поздравлениях</b>	<b>В китайских поздравлениях</b>
<b>Ребенок Дети</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умный, образованный и добрый</li> <li>– наше будущее, наша надежда</li> <li>– полюбить учиться</li> <li>– освоение знаний, летние каникулы</li> <li>– общение с родителями и друзьями</li> <li>– новые открытия, детские мечты</li> <li>– забота и любовь, ласка</li> <li>– самая прекрасная и радостная пора</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– моральный, культурный</li> <li>– дисциплинированный</li> <li>– всестороннее развитие</li> <li>– дети – цветочки в саду родины</li> <li>– хозяин нового века</li> <li>– преемник социализма</li> <li>– патриот</li> <li>– национальный дух</li> <li>– высокие стремления</li> <li>– благородный идеал</li> </ul>
<b>Молодежь</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– добиться хороших результатов в учебе</li> <li>– успешная и добросовестная учеба</li> <li>– добрый путь в мир знаний</li> <li>– реализовать свои таланты</li> <li>– стать настоящим патриотом города</li> <li>– подружиться со спортом</li> <li>– постигать основы наук</li> <li>– неустанно стремиться к открытиям</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– комсомолец</li> <li>– верный, преданный</li> <li>– усердно учиться</li> <li>– Китайская мечта</li> <li>– век живи – век учись</li> <li>– расширять кругозор</li> <li>– стремиться к истине</li> <li>– социальная ответственность</li> <li>– историческая миссия</li> </ul>
<b>Пожилый адресат</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– богатейший опыт, доброта и мудрость</li> <li>– крепкое здоровье, долгий лет жизни</li> <li>– оптимизм, вера, надежды</li> <li>– хранитель</li> <li>– моральная ценность</li> <li>– неоценимый вклад</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– семейное счастье</li> <li>– здоровье и долголетие</li> <li>– большой опыт</li> <li>– сосна (долголетие)</li> <li>– старый конь (опытный человек)</li> <li>– закат и заря (на склоне лет)</li> </ul>

3. По гендерному признаку выделяются мужской адресат и женский адресат. Гендерный фактор является важным параметром в исследовании коммуникации. Гендер рассматривается как продукт социальных отношений, культуры и традиций. Стереотипные представления о мужских и женских качествах влияют на нашу оценку. В поздравлении к женщине, кроме способностей и квалификации, можно похвалить ее внешность и молодость. В случае поздравления женщины немолодого возраста лучше не подчеркивать возраст: не «поздравляю Вас с пятидесятилетием», а «поздравляю Вас с юбилеем» [Маринин 2005: 110]. «Женскую речь, по сравнению с мужской, отличает более высокая концентрация эмоционально оценочных слов и конструкций в текстах. В мужской речи чаще присутствует стилистически нейтральная оценочная лексика» [Земская и др. 1993: 130]. С точки зрения культуры и социальной

психологии, женщина в коммуникации хочет создать более близкое отношение, поэтому при создании текста поздравлений, адресованных женщинам, может использоваться ярко экспрессивная лексика, чаще эмоциональная.

Русские женщины	Китайские женщины
<ul style="list-style-type: none"> <li>– доброта мудрость и терпение</li> <li>– труд, счастье, любовь</li> <li>– яркий пример настоящей женщины</li> <li>– сердечность, нежность</li> <li>– ум и красота, очарование</li> <li>– окружают внимательные и заботливые мужчины</li> <li>– обаятельная, добросердечная, милая</li> <li>– заботливые женские руки</li> <li>– создавать радужную и комфортную обстановку в семье</li> <li>– воспитывать детей</li> <li>– молодая душа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– половина неба: 半边天(女人能顶半边天 Женщины держат половину неба. Женщины играют одинаковую роль в семье и обществе наряду с мужчинами.</li> <li>– Женщины не уступают мужчинам: 巾帼不让须眉 (巾帼 Головные украшения женщины – метонимия женщины. /须眉 Борода и брови – метонимия мужчины.</li> <li>– добродетельная супруга и любящая мать: 贤妻良母</li> <li>– вечная молодость: 青春永驻, милость: 慈爱, нежность: 温柔,, добросердечность: 善良</li> <li>– твердая воля: 坚强, терпимость: 包容</li> </ul>
Русские мужчины	Китайские мужчины
<ul style="list-style-type: none"> <li>– мужество, уверенность</li> <li>– сильный и стойкий</li> <li>– смелый и отважный</li> <li>– успешный и надежный</li> <li>– мужское обаяние</li> <li>– плодотворный талант</li> <li>– профессионализм, компетентность</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– успехи в профессиональной деятельности: 事业有成</li> <li>– сильный: 强大,</li> <li>– решительный: 果断,</li> <li>– мужественный: 男子汉,</li> <li>– прекрасные перспективы, крепкое плечо: 宽大的肩膀</li> <li>– толерантность: 宽广的心胸</li> </ul>

4. По профессиональному признаку выделяются люди разных профессий. В деловой коммуникации профессия является одним из самых важных признаков адресата. Профессия адресата определяет содержание поздравления и пожелания. Профессиональные компетенции являются важным критерием оценки способности делового человека. В деловых поздравлениях часто отмечаются оценочные лексемы, которые связаны с профессией адресата. Профессиональные праздники являются типичным поводом для делового поздравления. Деловой человек всегда интересуется темой, которая связана с занимаемой им должностью. В Китае официально признанные профессиональные праздники – только День учителя, День медсестры и День журналиста. А в России достаточно много профессиональных праздников.

5. По статусу выделяются разные отношения между автором и адресатом: симметричные отношения (равны) и асимметричные отношения (вышестоящий – нижестоящий).

Обращение является специализированным выражением социального статуса. В русском и в китайском языках слова *Дорогой*, *Уважаемый*, *Многоуважаемый* и *Глубокоуважаемый* употребляются как форма вежливости, использование их зависит от степени близости и статуса адресата.

В русском языке в официальных письмах в обращении обычно указывают имя и отчество адресата. Обращение по фамилии подразумевает дистанцию и придает письму более официальный характер, а обращение по имени и отчеству подчеркивает налаженность деловых отношений. Может использоваться также и наименование должности, звания или социального положения при обращении к должностным лицам высших органов, например: *Уважаемый господин мэр*.

В китайских именах нет отчества, есть только фамилия и имя. В китайской деловой коммуникации очень важно указывать должность и звание адресата. Это подчеркивает официальность общения и уважение к адресату. При обращении к адресату выше по статусу чаще всего обращаются по фамилии и должности, и обязательно употребляется слово *уважаемый*. Например: *Уважаемый Ректор Ван*. А при обращении к адресату, равному или ниже по статусу, слово *уважаемый* необязательно, и употребляется фамилия и имя плюс должность, звание или слова *товарищ* или *господин*. Например: *Товарищ Ту Юйюй*. *Товарищ* в китайском языке используется для обращений адресатов разных статусов во всеобщей сфере, а в русском деловом общении теперь только в военной сфере. Например: *Товарищи солдаты и матросы, сержанты и старшины, прапорщики, мичманы, офицеры!*.

Форма обращения *Вы* является стандартным вариантом в русских деловых поздравлениях для выражения вежливости адресанта и его уважения к адресату независимо от статуса адресата (директор компании может обратиться к своему секретарю на «Вы»). Но в китайских деловых поздравлениях *Вы* используется только при обращении адресату старше по статусу или по возрасту или к тому, кто совершает подвиг (например, известный ученый, художник, политик и т.д.). В китайском деловом языке чаще всего используется *ты*-форма при обращении к адресату, равному или ниже по статусу; в русских деловых поздравлениях *ты*-форма мало используется, обычно при близких отношениях.

Необходимо отметить, что адресат поздравления проявляется не только в номинативных словах, в экспрессивных характеристиках, но и в глагольных единицах, что придает деловым текстам элемент художественности [Маркасова 1996: 136–137].

Таким образом, по результатам анализа мы можем сделать вывод, что русские и китайские поздравления характеризуются как универсальными свойствами, так и национально-культурными особенностями. Тональность в официальных китайских поздравлениях – более высокого стиля и проявляется в призывах коммунизма и социализма. В русских поздравлениях более ярко выражены экспрессивность и эмоциональность. Но и в русских, и в китайских поздравлениях выделение типов адресата с учетом его особой возрастной, гендерной, характеристики и социального статуса способствует достижению эффективности положительного воздействия на адресата.

### Список литературы

- Арутюнова Н.Д.* Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Сер. литературы и языка. – Т. 40. – № 4. – М., 1981. – С. 356–367.
- Глухов В.П.* Основы психолингвистики : учеб. пособие. – М. : АСТ : Астрель, 2005. – 351 с.
- Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.И.* Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании: Коммуникативный и прагматический аспект. – М., 1993. – С. 90–136.
- Маркасова О.А.* Глаголы речевого сопровождения как средство выражения авторской позиции в художественном тексте // Актуализация семантико-прагматического потенциала языкового знака : межвуз. сб. науч. тр. – Новосибирск, 1996. – С. 136–144.
- Маринин Ю.Н.* Тематика поздравлений в дискурсе открытки // Функциональные аспекты русского языка. – Волгоград, 2005. – С. 108–116.
- Стернин И.А.* Фактор адресата в речевом воздействии. – Воронеж : Истоки, 2012. – 178 с.
- Сухотерина Т.П.* «Поздравление» как гипержанр естественной письменной русской речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово : [б.и.], 2007. – 17 с.
- Тарасенко Т.В.* Этикетные жанры русской речи: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск : [б.и.], 1999. – 18 с.
- Формановская Н.И.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М. : ИКАР, 1998. – 292 с.
- Формановская Н.И.* Речевой этикет в русском общении: теория и практика : научное издание. – М. : ВК, 2009. – 333 с.

### ADDRESSEE'S FACTOR WHILE COMPOSING CONGRATULATORY LETTERS (AS EXEMPLIFIED IN RUSSIAN AND CHINESE BUSINESS COMMUNICATION)

The paper discusses extra-linguistic approach to the study of the addressee in business letters-congratulations. Addressing is an important way of expressing the sincerity of congratulations. Perlocutive effect of speech action largely depends on the addressee's factor. Some parameters are selected for determining the types of addressee in congratulatory letters.

**Key words:** addressee; congratulatory letter; business communication; age; gender; social status.