

ДО ПИТАННЯ ПРО СТИЛЬ ДІЛОВОЇ ПИСЬМОВОЇ МОВИ: НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ

© Наталія Демчук, 2002

Стаття присвячена проблемам стилю французької ділової письмової мови, зокрема основним вимогам до нього. Наголос робиться на французьку мову комерційної кореспонденції, а саме на типові помилки, яких не можна припускати у письмовому висловлюванні з метою поліпшення стилю ділового мовлення.

The problems of French business written language style and its layout are considered in the article. The commercial correspondence in French is emphasized here, namely the typical mistakes that should not be done in writing to improve the style of business language.

Торкаючись питання про ділову мову, нам би хотілося зауважити, що сам термін “ділова французька мова” ще до кінця не уточнений і вимагає дискусії. Сьогодні написано десятки підручників та посібників з ділової української, французької та інших мов. Проте часто у викладачів виникає питання, чи ділова мова - це щось пов'язане лише з веденням ділової кореспонденції, тобто те, що у нас називають діловодством, яким може займатися й, скажімо, малоосвічена людина з підготовкою на певних курсах з діловодства? Чи це спеціальна наука, яка вимагає не тільки значної професійної компетенції, але і глибокого знання, як рідної (якщо йдеться про ділову українську мову), так і, відповідно, іноземної чи іноземних мов.

Не буде новим сказати, що ділову іноземну мову потрібно вивчати за умови певного лінгвістичного досвіду, який набувається шляхом ознайомлення з культурними традиціями тої чи іншої країни.

На думку авторів навчального посібника “Ділова українська мова”, “ділова мова як різновид літературної мови виявляється в офіційно-діловому стилі, в основному в його адміністративно-канцелярському різновиді, який має писемну й усну форми вживання” [1].

Основною одиницею документа є текст, який повинен бути оформленим за строго визначеними правилами. Загальновідомо, що приватна кореспонденція (*lettre privée*) як за манерою формального представлення, так і за змістом значно відрізняється від ділового листа. Комерційний або технічний лист, адміністративний чи так званий лист надзвичайного призначення (*lettre exceptionnelle*) відрізняються як своїм зовнішнім оформленням, так і змістом, вживанням певних лексичних кліше та формул ввічливості, яких у французькій мові є понад тисячу.

Зупинимося на одній із ланок французького ділового писемного мовлення, а саме на комерційній кореспонденції.

На думку Марселя Лялю, директора Центру Трюден з комерційної освіти при Торгово-промисловій палаті в Парижі, французька ділова мова – це надзвичайної важливості знаряддя, що слугує підприємствам, які в контексті величезної конкуренції бажають створити і передати якісний імідж творчої спроможності підприємства [2].

Комерційна кореспонденція, як зазначають М.Брошон та Д.Готчі у своєму підручнику “Correspondance commerciale française”, відіграє дуже важливу роль в сучасному економічному житті. Вона стала справжньою об'єднувальною ланкою між діловими людьми, які займаються комерційною діяльністю. На противагу усному спілкуванню чи спілкуванню телефоном, вона залишається письмовим доказом, письмовим свідченням [3].

Комерційний лист – це обличчя підприємства, яке його надсилає. Він повинен відповідати всім міжнародним стандартним вимогам, які висуваються до такого роду кореспонденції, а також служити одночасно рекламою підприємства. Тому існують відповідні способи та стандарти презентації комерційного листа, наприклад: папір, написання заголовка, принципи основних параметрів диспозиції на конверті та листі і т.п. Відомо, що композиція або структура тексту (*corps de la lettre*): вступ (інформація, доказ, розповідь, міркування, пояснення), закінчення (висновки, мета, заради якої укладено документи, пропозиції) вимагають стандартизації (зразка, еталону, який є нормативним, вихідним для кожної групи документів), тобто єдиних обов'язкових вимог до відповідних груп документів з точки зору мовних засобів.

Як правило, комерційний лист включає три основні частини: вступ, виклад фактів, формулу ввічливості.

Виклад фактологічного матеріалу повинен бути логічно впорядкованим і поділений на стільки параграфів, скільки є основних ідей.

Сьогодні все більше входить в ужиток так звана презентація листа по-американськи, тобто без абзаців. При цьому параграфи являють собою прямокутний видовжений блок.

Особливої уваги заслуговують вимоги щодо стилю комерційного листа та типові помилки, яких потрібно уникати під час складання та написання таких документів. На думку багатьох як фахівців-економістів, так і лінгвістів під час редагування листа повинно враховуватися, стосовно стилю таке: лист має бути логічним, виклад ясным, чітким, з використанням відповідних нормативних кліше, властивих цьому стилю; як правило, стислим, коротким, без вживання стилістично важких та дуже довгих речень, без повторів. Лексика має бути точною, прозорою, вмотивованою, нормованою. Наприклад, не коректно і не зовсім точно написати: “*Nous avons bien reçu votre dernière commande*” (ми отримали ваше останнє замовлення). Потрібно бути точним у документації: “*Nous avons bien reçu votre commande N 215 du 10 janvier 2001*” (ми отримали ваше замовлення № 215 від 10 січня 2001 року).

Необхідно зазначити, що сьогодні стиль офіційно-ділового листування, зокрема в комерційній кореспонденції, має тенденцію до спрощення. Наприклад, якщо раніше фраза могла звучати так: «*Je vous prie d'avoir l'obligeance de bien vouloir me faire expédier dès que possible les marchandises commandées*» (я вас прошу виявити обов'язковість в плані того, щоб надіслати мені негайно, як тільки це виявиться можливим, замовлений товар), то сьогодні пишуть простіше: “*Veillez m'expédier immédiatement les marchandises commandées*” (прошу вас надіслати негайно замовлений мною товар). Замість “*Nous avons l'avantage de vous annoncer que les articles commandés par vous le 12 courant, vous seront livrés à la fin du mois*” (повідомляємо вам про те, що товар, замовлений вами 12 числа цього місяця, вам буде надіслано наприкінці місяця) пишеться: “*Vous recevrez les articles commandés le 12 et avant la fin du mois*» (ви отримаєте замовлений вами товар 12 числа цього місяця), або ж замість: “*Il faut prendre en considération le fait que...*” (потрібно врахувати той факт, що...) формула спростилася до: “*Il faut remarquer que...*” (потрібно зазначити, що...) і т.п.

Яких же основних помилок необхідно уникати і які поради брати до уваги для поліпшення стилю ділового мовлення, зокрема в комерційній кореспонденції, щоб не припуститися, так би мовити, “важкого стилю” у письмовому висловлюванні?

Більшість авторів зазначає, що т.з. “*les lourdeurs du style*” (громіздкість стилю) часто є наслідком надмірного вживання:

- партиципialьних форм на – **ant**. Замість: “*Faisant suite à votre lettre du 14 mars 2002, nous ...*” (як наслідок вашого листа від 14 березня 2002, ми...) просто сказати: “*En réponse à votre lettre du 14 mars ...*” (у відповідь на ваш лист від...);
- прислівників на – **ment**. Наприклад, частого вживання “*conformément à...*” (у відповідності до...) легко можна уникнути за допомогою “*selon...*” (згідно...);
- цілого каскаду відносних займенників **qui** та **que**, які вводять підрядні означальні речення і т.п., що окрім всього веде до монотонності викладу, який навряд чи буде приємним для читання тому, кому він призначений.

Відповідні французькі посібники рекомендують сьогодні замінювати такі вирази: “*C’est urgent*” (це терміново) на “*Il est urgent*” (терміново); “*ça*” на “*cela*” (це); “*peut-être que*” (може бути, що...) на “*il se peut que*” (можливо, що...). Варто також уникати звороту “*est-ce que*” (чи), а краще застосувати інверсію. Наприклад, “*Est-ce que c’est possible?*” “*Serait-il possible?*” (чи це можливо?) Або ж непряме питання - замість прямого: “*Quand pourrez-vous nous livrer?*” (коли б ви змогли нам поставити?) ввічливіше написати: “*Veuillez nous indiquer la date de livraison*” (вказіть нам, будь-ласка, дату постачання).

До інших помилок чи кліше, не рекомендованих до вживання у комерційній чи в адміністративній кореспонденції, відносять:

- уникнення вживання “*on*” та “*je*”: у випадку комерційної кореспонденції форма “*nous*” більш придатна, адже відправник пише від імені компанії, яку він представляє;
- занадто довгі чи стилістично й граматично “важкі” речення часто можна спростити шляхом вживання іменників замість дієслів: “*Dès que j’ai reçu votre lettre ...*” /як тільки я отримав вашого листа.../ → “*Dès réception de votre lettre*” /після отримання вашого листа.../; “*Quand j’ai été licencié...*” /коли я був звільнений.../ → “*Lors de mon licenciement...*” /після мого звільнення.../;
- речення бажано ставити одне за одним у логічному порядку, правильно вживаючи зв’язні слова. Наприклад, два наступні речення: “*Nous comprenons votre situation actuelle. Nous ne pouvons vous accorder le délai de paiement demandé*» (Ми розуміємо вашу ситуацію. Ми не можемо організувати постачання у термін, який ви просите), логічніше зв’язати за допомогою прислівника **mais**: “*Nous comprenons votre situation actuelle, mais nous ne pouvons vous accorder le délais de paiement demandé*” (Ми розуміємо вашу ситуацію, але не можемо організувати постачання у термін, який ви просите);
- загальні правила кореспонденції вимагають уникати повторів, зокрема, займенника “*je*” (я);
- рекомендується не вживати невизначених узагальнювальних слів, таких як “*choses*”, “*personne*”. Краще уточнити в тексті конкретно про що йдеться.
- бажано, на думку французьких спеціалістів, замість дієслів типу: **faire, dire, avoir, être, voir, mettre, aller** вживати їхні синоніми чи, залежно від контексту, дієслова з більш точним семантичним наповненням. Наприклад, замість: “*J’ai mis le chèque à la banque*” “*J’ai encaissé le chèque*” (я отримав гроші по чеку); “*Vous avez vu la situation...*” “*Vous avez constaté la situation...*” (ви володієте даною ситуацією) або ж у такого типу реченні: “*Cette entreprise a une superficie de trois mille m²*” краще сказати: “*Cette entreprise couvre une superficie de trois mille m²*» (це підприємство займає площу 3 тис.м²); “*Son chiffre*

d'affaires est de quatre millions de francs” “*Son chiffre d'affaires s'élève (se monte à, atteint) à 4 ml de frs*» (його товарооборот становить 4 мільйони франків); «*Cet ouvrier fait un travail pénible*» «*Cet ouvrier accomplit un travail pénible*» (цей робітник виконує важку роботу).

Важливо вміти адаптувати тон листа до конкретної ситуації. При цьому необхідно:

1) уникати фамільярного стилю, наприклад, писати: “*Je suis drôlement content de la dernière livraison*” (я шалено задоволений останнім постачанням товару) замість: “*Votre dernière livraison nous a donné entière satisfaction*” (ми цілком задоволені вашим останнім постачанням);

2) бажано вживати “позитивні” терміни, наприклад, не правильно сказати: “*Vos calculs semblent faux*” (ваші розрахунки видаються помилковими), а краще: “*Vos calculs ne semblent pas exacts*” (ваші розрахунки видаються не точними);

3) пом'якшувати фрази, уникаючи наказового способу. Наприклад, замість: “*Envoyez-moi votre catalogue*” (надішліть мені ваш каталог) бажано ввічливо попросити: “*Veuillez m'adresser votre catalogue*” (будьте ласкаві надіслати мені ваш каталог), чи використовуючи Conditionnel de politesse (умовний ввічливості): “*Pouvez-vous m'indiquer ...*” (можете мені вказати...) → “*Pourriez-vous m'indiquer...*” (чи не могли б ви мені сказати...).

Бажано також уникати й орфографічних помилок в кореспонденції. Коротко наводимо тут деякі орфографічні труднощі, які часто зустрічаються у французькій кореспонденції: *aucuns frais; un acompte dû; une somme due; un en-tête; un événement; une soi-disant vendeuse; de prétendus conseils, etc.*

Не менш важливим є також правильне формулювання речень з метою уникнення синтаксичних помилок. Наприклад, не правильно писати: “*Dans l'attente de vos nouvelles, veuillez agréer, Messieurs, nos salutations distinguées*” (в очікуванні новин від вас, прийміть, панове, вираз нашого шанування) правильно буде: “*Dans l'attente de votre réponse, nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations distinguées*” (в очікуванні вашої відповіді, прийміть, панове, вираз нашого шанування), оскільки тут ми бачимо заміну підмета. Чи замість: “*Ayant bien reçu votre commande du 17 courant, qui a retenu toute notre attention et dont l'exécution se fera dans le délai que vous avez fixé...*” (отримавши від вас 17 числа цього місяця замовлення, яке зайняло повністю нашу увагу, виконання якого буде здійснено у призначений вами термін...) синтаксично правильною буде заміна одного довгого речення на два більш логічні: “*Nous accusons réception de votre ordre du 17 ct. Nous vous assurons que son exécution s'effectuera dans le délai prescrit*” (Підтверджуємо отримання вашого розпорядження від 17 числа цього місяця і запевняємо вас в його виконанні згідно призначеного терміну).

Серед помилок суто стилістичного характеру необхідно звернути увагу на плеонастичне вживання слів в одному й тому ж реченні (pléonasmе). Наприклад: *Il vous suffit simplement de remplir la carte ci-jointe*» (достатньо тільки заповнити цю картку), або “*Nous avons complètement achevé cette œuvre*” (ми завершили цілком цю роботу) чи “*Nous avons envisagé de collaborer ensemble à cette opération*” (ми маємо на меті співпрацювати разом у цій операції).

Отже, вивчення французьких спеціалізованих лексик сприятиме уникненню подібних помилок. А сама проблема вивчення ділових мов та їх специфіки, на наш погляд, має нагально-актуальний характер.

1. Горбула О.В. Ділова українська мова/Навчальний посібник. – Київ, 2000. – С.4. 2. M.Dany, J.Fievez-Dupas, R.Meaudre. Le Français des Négociations Commerciales. Paris, 1989. – P.5. 3. Brochon M., Goetschi D. Correspondance commerciale française. – Lausanne, 1990. P.7.