

ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ



ՍՈՒՄԱՆՆԱ ՉԱԼԱԲՅԱՆ

ՀՊՏՀ լեզուների ամբիոնի վարիչ,
բանասիրական գիտությունների թեկնածու,
դոցենտ

ԱՆԳԼԵՐԵՆՈՎ ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՆԱՄԱԿԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՋՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԱՐՑԻ ՇՈՒՋ

Հոդվածում ներկայացված են գործարար նամակագրության առանձնահատկությունները, դրան բնորոշ տարրերը, հիմնական բառակապակցությունները: Հատուկ ուշադրություն է դարձվում գործարար նամակագրության միջազգային փորձին, ամենից հաճախ օգտագործվող արտահայտություններին, դիմելաձևերին:

Հիմնաբառեր. գործարար նամակագրության առանձնահատկություններ, մասնագիտական օտար լեզու, գործարար նամակի ոճ, գործարար նամակի բաղադրիչ տարրեր, լեզվական միջոցների ընտրություն

Հոդվածը նվիրված է անգլերենով գործարար նամակագրության առանձնահատկություններին, որը «Անգլերենը հատուկ նպատակներով» դասընթացի (ESP - English for Special Purposes) կարևորագույն բաղադրիչներից է: Բազմաթիվ լեզվական հմտությունների հիմքը, որոնք անհրաժեշտ են ուսանողներին ապագա աշխատանքային գործունեության ընթացքում, պետք է դրվի համալսարանում՝ «Մասնագիտական օտար լեզու» առարկայի դասավանդման ընթացքում:

Գրավոր խոսքը հնարավորություն չի ընձեռում կիրառելու արտահայտման այն լեզվական կամ արտալեզվական միջոցները, որոնք հասու են խոսողին՝ հնչերանգ, ժեստեր և այլն: Փոխարենը հասցեագրողն օգտագործում է

ներգործման այլ միջոցներ՝ ոճական հնարներ¹: Ոճական միջոցների տեղին և նպատակաուղղված գործածությունը թույլ է տալիս բովանդակությունը հաղորդել այն ձևով, ինչպես նախատեսել է հասցեագրողը և ինչպես ցանկալի կլինեն մատուցել հասցեատիրոջը՝ ճիշտ մեկնաբանման համար: Միևնույն բովանդակությունը տարբեր կերպ արտահայտելու հնարավորությամբ էլ ձևավորվում է ոճը:

Համադրելով միևնույն բովանդակության արտահայտման հնարավոր տարբերակները՝ անհրաժեշտ է հիմնավորել կատարած ընտրությունը, որը ոչ միայն նամակի բովանդակային ընկալմամբ է պայմանավորված, այլև դրանում արտահայտվող մոտեցումների և վերաբերմունքի ճիշտ մեկնաբանությամբ:

Լեզվական միջոցների ընտրությունը կախված է բազմաթիվ գործոններից՝ հաղորդակցման ոլորտ և գործառույթ, թեմա, խոսքի ձև (բանավոր կամ գրավոր), հաղորդակցվողների սոցիալական կարգավիճակ և նրանց միջև եղած հարաբերություններ, հաղորդակցման տեղ, ժամանակ և այլն²: Նշվածների թվում կարգավիճակի գործոնը շատ կարևոր է, քանզի հիմնված է բազմաթիվ հարաբերությունների վրա, որոնք գործարար նամակագրության ընթացքում կարող են հաստատվել մարդկանց միջև՝ արտահայտելով ստորադասություն, հարգանք, քաղաքավարություն, պատկառանք և այլն³:

Որոշ հեղինակների կարծիքով՝ գործարար նամակագրության մեջ կարևոր է բացարձակապես ամեն ինչ՝ ձևավորում, բառերի ընտրություն, նախադասությունների կառուցման առանձնահատկություններ, նույնիսկ թղթի որակ: Առկա են նաև որոշակի սկզբունքներ, օրինակ՝ թե որ բառերն են գրվում մեծատառով, ուղղագրության և կետադրության կանոնների կիրառության առանձնահատկությունները: Ուստի նամակագրության մեջ առաջնային են համարվում ոչ միայն բառերն ու արտահայտությունները, այլև կետադրությունը, նախադասության մեծությունը, ներքին կառուցվածքը, բառերի հերթականությունը ևս կրում է իմաստային նշանակություն, ինչպես և պարբերությունների տարբերակումը:

Գրագետ գրված գործարար նամակը, լեզվական ու ոճական կանոնների և նամակագրության հիմնական սկզբունքների պահպանման պարագայում, հաղորդակցության հաջողության հիմնական գրավականն է: Կախված այն հանգամանքից՝ հասցեատերը վաղեմի թե նոր գործընկեր է, դա, անկասկած, դրսևորվում է նամակներում: Նամակագրությունը կարող է լինել ներքին (հուշագիր/memo՝ նախատեսված ընկերության ներսում տեղեկատվության, հրահանգների, խորհրդատվության համար) և արտաքին (խնդրանք, բողոք, հարցում, ներողություն, պատասխան պարունակող նամակներ, էլեկտրոնային նամակներ՝ emails, հեռապատճեններ, ֆաքսեր՝ faxes): Հարկ է նշել, որ ներքին և արտաքին գործարար նամակագրության միջև գոյություն ունեցող տարբերությունները պայմանավորված են միջնշակությամբ հաղորդակցության, միջազգային հարաբերությունների առանձնահատկություններով, որոնց իմացությունը ենթադրում է նամակի արդյունավետ կազմում և բովանդակության ճիշտ ընկալում:

¹ Տե՛ս **Риффатер М.**, Критерии стилистического анализа / Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 9. Лингвистика. М.: Прогресс, 1980, էջ 72:

² Տե՛ս **Долнин К.**, Интерпретация текста. М.: Просвещение, 1985, էջ 72:

³ Տե՛ս **Crystal D., Davy D.**, Investigating English Style, Lund, 1980, էջ 162:

Հաջող գործարար նամակ գրելու համար անհրաժեշտ է ճիշտ ոճ ընտրել և մտքերը հաղորդել հասցեատիրոջ համար պարզ, մատչելի անգլերենով: Նամակի շարադրման կերպը հսկայական տեղեկություն կարող է պարունակել նամակը գրողի, նրա ներկայացրած կազմակերպության մասին: Հետևաբար՝ շատ կարևոր է, որ տեղեկությունը, նամակի ուրվագիծը (layout), ոճը և ուղղագրությունը հստակ լինեն: Գործարար նամակ գրելիս պետք է առաջնորդվել ընդունված ձևաչափով (standard format): Դրա գլխավոր սկզբունքներն ու տարրերն են՝

1. աջ կողմում՝ հասցեագրողի կազմակերպության անվանումը, հասցեն, էլեկտրոնային հասցեն,
2. ձախ կողմում՝ հասցեատիրոջ անունը և հասցեն,
3. վկայակոչվող նախորդ նամակի համարը (Reference),
4. ամսաթիվը (Date),
5. ում է ուղղված (Opening),
6. թեման (Subject), որը ներկայումս հազվադեպ է նշվում,
7. տեքստը (Body of the letter),
8. պաշտոնական եզրափակումը (Closing),
9. հասցեագրողի ստորագրությունը (Signature),
10. հասցեագրողի անուն-ազգանունը, պաշտոնը (Name and Job Title),
11. առդիր (Enclosures),
12. հետգրություն (P.S.):

Հնարավոր է, որ նամակը գաղտնի տեղեկություններ պարունակի: Այդ դեպքում «Տեղեկություն նամակի գաղտնիության վերաբերյալ (Confidential)» տողը գտնվում է հասցեատիրոջ հասցեից մոտ 2 միջուտ (ինտերվալ) վեր: Այս նշումը գրվում է կամ գլխատառերով CONFIDENTIAL, կամ սկսվում մեծատառով և ընդգծվում՝ Confidential:

Խորհուրդ է տրվում չանտեսել առաջին հայացքից մանրուք թվացող այլ գործոններ ևս: Պետք է հիշել, որ համապատասխան դիմելաձևի՝ պաշտոնական ողջույնի ընտրությունը նույնպես կարող է երկմտության առիթ դառնալ: Օրինակ՝ ԱՄՆ-ում կանայք գործարարության ոլորտում գերադասում են դիմումի Ms. տարբերակը, որը չի ընդգծում իրենց ընտանեկան կարգավիճակը: Սակայն օտարազգի գործընկերները կարող են երկար խորհել Ms., Miss կամ Mrs. դիմելաձևերի ընտրության շուրջ, եթե նամակի վերջում ոչինչ չի նշված այդ մասին: Այդ իսկ պատճառով օտարազգի գործընկերներին նամակ գրելիս հարկավոր է նամակի վերջում, մինչև անուն-ազգանունը գրելը, նշել դիմելաձևի Ms., Miss կամ Mrs. տարբերակները: Ինչ վերաբերում է Mr. դիմելաձևին, ապա բոլորովին կարիք չկա դա նշել նամակի վերջում:

Ուշագրավ է նաև ամսաթիվը, որը գրվում է նամակի վերին ձախ կողմում՝ հասցեատիրոջ անվան և հասցեի նշումից (եթե կա նաև վկայակոչվող նախորդ նամակի համարը) երկու միջուտ ներքև: Խորհուրդ է տրվում ամսվա անունը գրել ամբողջությամբ՝ հնարավոր թյուրիմացություններից խուսափելու նպատակով: Որոշ երկրներում ամսաթվի կրճատ ներկայացման հետևյալ ձևը, օրինակ՝ 12.10.14, նշանակում է 2014 թվականի հոկտեմբերի 12, մինչդեռ ԱՄՆ-ում դա արձանագրում է 2014 թ. դեկտեմբերի 10-ը: Ուստի ընդունելի են ամսաթվի ներկայացման հետևյալ մի քանի տարբերակները՝

October 12, 2014/ 12 October, 2014/ 12 October 2014/ 12th October, 2014

Պաշտոնական ողջույնը (Opening) նշվում է նամակի ծախ կողմում՝ ամսաթվից 2 միջուտ ներքև: Առանձին անձանց դիմելածները միշտ սկսվում են Dear բառով, որին հետևում է հասցեատիրոջ անունը՝ Dear Mr. Brown, Dear Ms. Brown և այլն, իսկ եթե նամակը ուղղված է մեկին, ում անունը հայտնի չէ, ապա օգտագործվում են Dear Sir, Dear Sirs, Dear Sir or Madam, Dear Customer, Dear Colleague կամ To Whom It May Concern ձևերը: Պաշտոնական, ոչ պաշտոնական, անձնական նամակների բրիտանական տարբերակում ողջույնի խոսքն ավարտվում է ստորակետով, իսկ պաշտոնական գործարար նամակների ամերիկյան տարբերակում օգտագործվում է կրկնակետը (:):

Նամակի տեքստը սկսվում է պաշտոնական ողջույնից կամ Subject տողից 2 միջուտ ներքև: Տեքստի տողերի միջև թողնվում է 1, իսկ յուրաքանչյուր նոր պարբերության միջև՝ 2 միջուտ: Պարբերության առաջին տողերը կարող են գրվել երկու ձևով՝ լուսանցքից որոշակի հեռավորությամբ (block style) կամ պարբերության սկզբում ազատ տեղ թողնելով (indented):

Գործարար նամակները սովորաբար պաշտոնական ոճով են շարադրվում: Հետևաբար՝ խոսակցական ոճին բնորոշ տարրերը տեղին չեն այստեղ, ուստի անհրաժեշտ է խուսափել կրճատումներից (ոչ թե՝ don't, won't, mustn't, can't, այլ՝ do not, will not, must not, cannot և այլն): Պետք է բայերը ներկայացնել ներգործական (Active voice) և ոչ թե կրավորական (Passive voice) սեռով, որը նամակն ավելի դինամիկ կդարձնի:

Հարկ է նաև խուսափել երկար նախադասություններ գրելուց: Հակիրճ խոսքը մտքերի փոխանակությունն ավելի արդյունավետ կդարձնի, քան բառերով ծանրաբեռնված երկար նամակը:

Ոչ թե՝

If there are any points on which you require explanation or further particulars, we shall be glad to furnish such additional details as may be required by telephone.

Այլ՝

If you have any questions, please call/ring.

Պետք է բացառել բարբառային կամ ժարգոնային ձևերի օգտագործումը, անհրաժեշտ է խուսափել նաև չափից շատ հասցեատիրոջ անունը նշելուց: Դա պետք է արվի միայն մեկ անգամ՝ ողջունելիս:

Պաշտոնական եզրափակումը պետք է լինի նամակի տեքստից 2 միջուտ ներքև՝ նամակի ծախ կողմում: Նամակի վերջում հարկ է գրել մի կարճ նախադասություն, օրինակ՝ I look forward to hearing from you (Անհամբերությամբ սպասում եմ Ձեր նամակին), կամ՝ Please do not hesitate to contact me if you need further information (Խնդրում եմ՝ մի երկմտեք կապ հաստատելու ինձ հետ, եթե հետագա տեղեկատվության կարիք ունենաք): Սրան հետևում է եզրափակումը, որն արտացոլում է երկու կողմերի միջև հարաբերությունների պաշտոնականությունը: Ներքին նամակագրության մեջ հաճախ գործածվում են Cordially/Cordially yours/Yours cordially (Սրտագին ցանկություններով) կամ Warmest regards (Ջերմագին բարևներով) արտահայտությունները, որոնք առավել մտերմիկ երանգ են հաղորդում հարաբերություններին:

Սակայն ավելի պաշտոնական են նամակը եզրափակող հետևյալ տարբերակները.

Yours sincerely/Sincerely yours (երբ սկսվում է Dear + անունը ձևով),
 Yours faithfully/Faithfully yours (երբ սկսվում է Dear Sir/Madam ձևերով),
 Yours truly/Truly yours/Very truly yours/Yours very truly ձևերը պակաս
 պաշտոնական են:

Առդիրը վկայում է նամակին որևէ փաստաթղթի կցման մասին և նշվում
 ձախից՝ հասցեագրողի անվան, զբաղեցրած պաշտոնի նշումից 1–2 միջուտ
 ներքև: Դա կարելի է նշել տարբեր կերպ՝

Enclosure/Enclosure: Catalogue/Enclosure: Enc./Encl./Encs./enc

Հետգրությունը (P.S. – Postscriptum) նշվում է ձախից՝ վերջին տողից
 երկու միջուտ ներքև՝ տողասկզբից: Հետգրությունը գործածվում է այն դեպ-
 քում, երբ բուն տեքստում որևէ բան չի նշվել, կամ հաղորդվում է նամակի
 տեքստին չառնչվող որևէ տեղեկություն: Սակայն ներկայումս, երբ նամակ-
 ները գրվում են համակարգչի օգնությամբ, հեշտ է շտկելն ու բացթողումը
 լրացնելը, ուստի հետգրությունը (P.S.) ավելի հազվադեպ է հանդիպում:

Այժմ ներկայացնենք միջազգային ոլորտում գործարար նամակագրու-
 թյան մեջ ամենից հաճախ հանդիպող բառերն ու արտահայտությունները.

- Following our recent telephone conversation...
- I am writing to you to confirm...
- Thank you for taking the time to...
- Regarding the question of...
- I think you will agree that...
- We are sorry for any inconvenience caused.
- I am enclosing full contact details.
- We regret that we cannot...
- It is with great regret that we have to inform...
- We are sorry not to be able...

Ահա նաև գործարար նամակագրության գրեթե բոլոր բաղադրիչներն
 ընդգրկող նամակի մի նմուշ⁴.

HPSempra Systems Inc
 Conway Industrial Estate
 Hartlepool
 HPL 7GN
 United Kingdom
 (+44)00791847
mark@sales/sempra.org

Jeanne Eckhart
 Optecol
 31 Rue Jules Welter
 Sanem
 L-4902
 Luxembourg

Our ref: TS50.001
 21 May 2014

TS50 Delivery

⁴ Stju Trappe, Tullis, Intelligent Business, Style Guide, The Economist, Pearson, 2006, էջ 17:

Following our recent telephone conversation, I am writing to you to confirm the arrangements for the delivery of the TS50 test simulator that you ordered through our Brussels office. As I mentioned, a team of engineers from our UK and Germany offices will be attending the engineering trade show in Hanover from 1-3 July. Our stand at the show will feature a number of new products and test stations, including the first production model of the TS50, which is being shipped over from the UK especially for the event.

The show closes its doors on the evening of the third, and we will arrange for the simulator to be dismantled and packed on to a flatbed truck for delivery to you directly. The transportation will be handled by the same freight company that is looking after the logistics for the show, TransMax, and I am enclosing full contact details with this letter. I have already spoken with director, Mr. Wolfgang Hartung, and he is awaiting confirmation from your side before proceeding with the delivery.

Jane Bradley, the sales engineer who will be in charge of our stand, will be available to travel to your plant on Thursday after the show, and she will provide assistance with the final installation and configuration of the machine during the following two days.

I will not personally be present at the fair but Ms. Bradley will be able to answer any question you may have. I know that this is an unusual delivery procedure but I think it is an interesting opportunity for you to save the cost and time delay of normal delivery from the UK.

I look forward to doing business with you in the future and thank you again for placing one of the first orders for the TS50. I am sure it will give you complete satisfaction.

Yours sincerely,

Signature

Mark Rathbone
Sales Manager

enc

Ուղարկելուց առաջ հարկ է բարձրաձայն կարդալ գործարար հաղորդագրությունը, նամակը՝ համոզվելու համար պա՞րզ է, արդյոք, շարադրված, հե՞շտ է ընկալվում ամբողջ իմաստը: Պետք է ստուգել նաև ուղղագրությունը՝ հույսը չդնելով spellcheck համակարգչային ծրագրի վրա:

Այսպիսով՝ գործարար նամակագրության ոճը դրսևորվում է ոչ միայն լեզվամիավորների ճիշտ ընտրությամբ, այլև նամակի արտաքին ձևավորմամբ և անհրաժեշտ բաղադրիչների առկայությամբ: Բոլոր այս գործոնները կարևոր են նամակի ճիշտ ընկալման և մեկնաբանման համար, սակայն կարևորագույն դերը, բնականաբար, պատկանում է տեքստին, որն իմաստաբովանդակային կառույցների համակցմամբ կատարում է իր գործառնությունը:

СУСАННА ЧАЛАБЯН

*Заведующая кафедрой „Языков” АГЭУ,
кандидат филологических наук, доцент*

К вопросу об особенностях делового письма.—

В статье представлены особенности делового письма, элементы, типичные для этого стиля. Особое внимание уделяется выражениям, формам обращения, которые широко употребляются в деловом стиле в международной практике.

SUSANNA CHALABYAN

*Head of the Chair of „Languages” at ASUE,
PhD in Linguistics, Associate Professor*

On the Issue of Business Correspondence in English.—

Some characteristics of business correspondence, elements typical to this style are represented in the given paper. Particular attention is paid to expressions, forms of address which are widely used in the business style in international practice.