

Az üzleti email retorikai szerkezete

Zsubrinszky Zsuzsanna

BGF KKFK, 1165 Budapest, Diósy Lajos u. 22-24.
ELTE Nyelvpedagógia PhD Program
zsubrinszky@freemail.hu

Kivonat Az előadás egy előtanulmány a disszertációhoz, amely a korábbi elméleti műfajkutatásokra támaszkodva (Swales 1990; Bhatia 1993) az üzleti elektronikus levél (az email) műfaji és nyelvi sajátosságait írja le az ún. Email műfaj modell (angolul: Email Genre Model-EGM) segítségével. Tudomásom szerint jelenleg nem létezik olyan taxonómia, mely átfogó jelleggel mutatná be a retorikai és nyelvi sajátosságait ennek a napjainkban egyre fontosabbá váló műfajnak. Ezért az üzleti email-ek elemzésére alkalmas EGM felállításához először a bennük található kommunikációs célok meghatározására kerül sor, majd pedig Swales CARS (Create a Research Space) modelljéhez hasonlóan, a kommunikációs célokban megnyilvánuló nyelvi és stilisztikai eszközök vizsgálata következik. Végül az elméleti modell empirikus kipróbálásával megbizonyosodhatunk arról, hogy az EGM megbízhatóan és hitelesen írja le az üzleti email műfaját. A tanulmány 10 angol anyanyelvűek által írt, a korpuszból találmra kiválasztott üzleti email-en teszteli a modellt, és fontos megállapításokat tesz a retorikai mozzanatok sorrendjére, illetve nyelvi funkcióira vonatkozóan.

1 Bevezetés

Az üzleti emailt, mely mostanára a leggyakrabban használatos kommunikációs formává nőtt ki magát, a kutatók különböző megközelítésekben vizsgálták. Számos tanulmány foglalkozott az email keverék műfaj jellegével, mivel mind a szóbeli, mind az írásos kommunikáció jegyeit felfedezhetjük benne (Collot és Belmore 1996, Pajzs 1996, Baron 2000 és 2002, Crystal 2001, Gains 1999, Gimenez 2000).

A cégen belüli email kommunikáció makrostruktúráját elemezte, például Gains (1999), aki különös figyelmet szentelt az üzenetek tematikus sokféleségének, illetve a bennük lévő üdvözlések és elköszönések formuláinak. Ezenkívül hasznos megállapításokat tett az email stílusát (az üzenetek hosszát, rövidítéseket, összevont alakokat, informalitást) illetően is.

A cégen kívüli üzleti email kommunikációt vizsgálva, Gimenez (2000: 250) arra a következtetésre jutott, hogy „az email használók körében a hatékonyság az egyik legfontosabb tényező, mely értelemszerűen maga után vonja a lazább, informálisabb stílust is”. Egy későbbi tanulmányában Gimenez (2005) rámutat arra, hogy az email fejlődésében megjelölt témához, vagyis a makrostruktúrához képest számos kiegészítő, ún. mikrotéma is felbukkanhat a kommunikáció előrehaladtával.

Mallon és Oppenheim (2002) az email kommunikáció szövegspecifikus tulajdonságainak leírására új fogalmat vezetett be, az ún. „emailizmust”. Az emailizmus definíciója elég tágan értelmezi az emailt, mint kommunikációs formát. Eszerint az emailizmus „azon tulajdonságok összessége, melyek vagy előfordulnak, vagy nem más egyéb kommunikációs formában” (2002: 9).

Jól láthatjuk tehát, hogy elméleti és gyakorlati megfigyelésekből, következtetésekből nincs hiány. Ami viszont egy-egy műfaj, jelen esetben az üzleti email minél árnyaltabb leírásához elengedhetetlenül szükséges, az Swales (1990: 58) szerint egy olyan többé-kevésbé standardizált kommunikációs szituáció, melynek kommunikációs célja a résztvevők által kölcsönösen elfogadott és funkcionálisan meghatározott. Swales értelmezésében a műfaj nemcsak szövegtípust jelent, hanem azt a funkciót is, amelyet betölt abban a beszélőközösségben, amely azt létrehozta. Ennek következtében a műfaj intézményesült kulturális, társadalmi, konvencionális vonásokat is magában foglal. Az általa kifejlesztett CARS (az angol Create a Research Space rövidítésből) modell is erre a gondolatra épül.

2 Elméleti háttér

A műfajelemzések során az adott műfajra jellemző kommunikációs cél meghatározása kulcsfontosságú (Swales 1990, Bhatia 1993), amelynek szerkezeti, tartalmi-logikai kapcsolódásai, ahogy a későbbiekben látni fogjuk, jellegzetes nyelvi formákban mutatkoznak meg. Swales (1990) CARS modellje a tudományos cikkek bevezetőjében található retorikai funkciókat mutatja be, míg Bhatia (1993) a CARS modellt alapul véve (ld. 1. ábra), a promóciós műfajokban (a promóciós levelekben, illetve az álláspályázatokban) vizsgálta a beszédszándékoknak megfelelő legjellemzőbb retorikai funkciókat.

Swales vezette be a retorikai mozzanat (angolul *move*) fogalmát, mely kapcsolódik az író beszédszándékához és ahhoz a tartalomhoz, amelyet ki kíván fejezni. Ezeket a retorikai mozzanatok azután kisebb egységekre, lépésekre (angolul *steps*) osztotta, melyek lehetőséget biztosítanak az írónak arra, hogy a retorikai mozzanatok árnyaltabban tudja kifejezni. A Swales modell szerint a tudományos cikkek bevezetőjében három fő retorikai mozzanat különböztethető meg, amelyek mindegyike további lépésekre osztható, az író kommunikációs céljának megfelelően.

Swales azonban nemcsak meghatározza ezeket a retorikai mozzanatok és lépéseket, hanem minden egyes kategóriát nyelvi példákkal is illusztrál (Swales 1990: 144-165). Ugyanezt az eljárást követi a jelenlegi kutatás is.

Jóllehet Swales és Bhatia, merőben eltérő műfajokon alkalmazta a *move/step* elemzést, mégis ahogy látni fogjuk, az eredeti, a tudományos cikkek bevezetőjét leíró CARS modell némi változtatással alkalmasnak bizonyult a promóciós műfajok leírására is. Ez a tény inspirált engem arra, hogy megvizsgáljam a modell alkalmazhatóságát az üzleti emailekre is.

1. mozzanat [Move 1]	A VIZSGÁLANDÓ TERÜLET KIJELÖLÉSE [Establishing a territory]
1. lépés [Step 1]	A téma központi jellegének megállapítása [Claiming centrality] és/vagy [and/or]
2. lépés [Step 2]	Általánosítások megfogalmazása a témában [Making topic generalizations] és/vagy [and/or]
3. lépés [Step 3]	A korábbi kutatások áttekintése [Reviewing items of previous research]
2. mozzanat [Move 2]	A HIÁNYZÓ VIZSGÁLATOK HELYÉNEK KIJELÖLÉSE [Establishing a niche]
1A. lépés [Step 1A]	Ellentétes állítások megfogalmazása [Counter-claiming] vagy [or]
1B. lépés [Step 1B]	Kutatási űr megjelölése [Indicating a gap] vagy [or]
1C. lépés [Step 1C]	Kérdésfeltevés [Question-raising] vagy [or]
1D. lépés [Step 1D]	Hagyomány folytatása [Continuing a tradition]
3. mozzanat [Move 3]	A HIÁNYOK PÓTLÁSA [Occupying the niche]
1A. lépés [Step 1A]	Célok meghatározása [Outlining purposes] vagy [or]
1B. lépés [Step 1B]	A kutatás bejelentése [Announcing present research]
2. lépés [Step 2]	A kutatás fő eredményeinek bejelentése [Announcing principal findings]
3. lépés [Step 3]	A tanulmány felépítésének áttekintése [Indicating RA structure]

21. ábra A CARS model (Swales 1990:141 alapján)ⁱ

Bhatia (1993) a promóciós műfajokban hét különböző retorikai mozzanatot különböztetett meg (ld. 2. ábra), és úgy találta hogy mindkét levélfajta fő kommunikációs célja megegyezik: a levél írójának az a szándéka, hogy meggyőzze a

ⁱ A CARS modell fordítását Károly (2007) alapján közöljük.

címzettet a levél témáját képező tárgy vagy személy értékéről és rávegye őt arra, hogy felvegye a jelentkezőt vagy megvegye a kínált terméket.

Promóciós levél

Álláspályázat

1. mozzanat Vállalat profiljának meghatározása

1. mozzanat Vállalat profiljának meghatározása

2. mozzanat Ajánlat bemutatása

2. mozzanat A jelölt bemutatása

3. mozzanat Ösztönzők felajánlása

3. mozzanat Ösztönzők felajánlása

4. mozzanat Dokumentumok csatolása

4. mozzanat Dokumentumok csatolása

5. mozzanat Válaszadás szorgalmazása

5. mozzanat Nyomásgyakorlás

6. mozzanat Nyomásgyakorlás

6. mozzanat Válaszadás szorgalmazása

7. mozzanat Udvarias befejezés

7. mozzanat Udvarias befejezés

32. ábra A promóciós műfajokban található retorikai mozzanatok
Bhatia (1993, 46-68.o.) alapjánⁱⁱ

Bhatia szerint azonban bizonyos fokú rugalmasság jellemzi a retorikai mozzanatok előfordulását és gyakoriságát a promóciós műfajokban. Továbbá, a retorikai mozzanatok nem törvényszerűen esnek egybe a levél bekezdéseivel. Paltridge (1994: 295) is hasonló következtetésekre jutott és azt állítja, hogy „egy szöveg szerkezeti felosztására úgy kell tekintenünk, mint kognitív határookra, melyeket a megfelelő szóhasználat és a bevett szokások határoznak meg”.

3 Kísérleti rész: Az email kommunikáció kontextusa

Az üzleti emailek egy közép-európai vezető telekommunikációs cég adatbázisából származnak. A brit anyavállalat kihelyezett irodákat üzemeltet Ausztriában, a Cseh Köztársaságban, Lengyelországban, Szlovákiában és Magyarországon. Hazánkban 1999 óta vannak jelen a telekommunikációs piacon.

A cég fő tevékenységi köre testreszabott hang-, adat- és Internet szolgáltatás biztosítása vállalati szektoroknak, például pénzügyi szolgáltatóknak, vagy szállodáknak. A brit központ és a magyarországi leányvállalata közötti nagy

ⁱⁱ Bhatia promóciós műfaj modelljének fordítását a szerző készítette.

távolságból adódóan a menedzsment, illetve az alkalmazottak email útján tartják egymással a kapcsolatot.

3.1 A szövegek

A tíz véletlenszerűen kiválasztott üzleti email a telekommunikációs cég hatalmas adatbázisából származik. Két dologban azonban a kiválasztott emailek megegyeznek: először is mind a tíz email a brit központból érkezett a magyar leányvállalathoz; másodsor pedig az előbbi tényből fakadóan valamennyit angol anyanyelvű üzletember írt. Az Email műfaj modell (angolul: EGM) felállításához, majd kipróbálásához azért angol anyanyelvűek által írt emailek szolgálnak alapul, mert eredetileg Swales (1990) és Bhatia (1993) is angol nyelvű szövegeket használt modelljeik felállításakor.

Az üzletemberek anonimitásának megőrzése érdekében (a cégvezető kérésére) a levelezésben résztvevő cégeknek a nevét XXX-el jelöltem, és az emailek fejlécét eltávolítottam.

3.2 Az üzleti email formai jellemzői

Orlikowski és Yates (1994) szerint a szöveg formája és a benne lévő kommunikációs cél együttesen alkotják a műfajt. Ráadásul bizonyos műfajoknak olyan sajátos formájuk van, hogy már önmagában az elegendő műfaji besorolásukhoz. Szerintük a forma az azonnal észrevehető kommunikációs tulajdonságokra vonatkozik, melybe beletartozik a szöveg struktúrája, közvetítő közege, valamint annak nyelvi rendszere.

Az általam kiválasztott 10 emailról általánosságban az mondható el, hogy hosszúságukat tekintve 12-20 sorosak. A teljes korpuszban azonban találhatóak olyan üzenetek is, amelyek mindössze három szóból állnak: egy üdvözlésből, egy OK-ból és egy aláírásból. A kutatás megbízhatósága és validitása szempontjából azonban ezeket a rövid emaileket talán nem volna szerencsés a későbbiekben sem elemzésre kiválasztani, mivel a retorikai mozzanatokkal együttjáró nyelvi/pragmatikai jellemzők kevésbé írhatók le bennük. Itt jegyzem meg azt is, hogy a csatolt dokumentumok, mivel formai szempontból más műfajhoz tartoznak, és így torzítanák a kapott eredményeket, szintén nem szerepelnek az elemzésben.

Bár a fejlécek a fent említett okokból nem képezik az elemzés tárgyát, ezek alapvetően fontos kontextuális információkat tartalmaznak, pl. a feladó nevét, címét, a feladás időpontját, a téma megjelölését, esetleg további címzetteket. Ugyanezeket a formai jellemzőket fellelhetjük a cégek belső kommunikációjában alkalmazott memóban is. A fejléc Koltay (1997: 92) szerint, egyben a levéltörzs részét is képezi melynek következtében a megszólítás, amely a hagyományos levelezésben a levéltörzs kötelező eleme, teljesen el is maradhat (Bódi 2004). Ami a hagyományos levelezésben normaszegés, az emailben praktikus, hatékonyságra törekvő nyelvhasználat.

3. 3 Az üzleti email tartalmi jellemzői

Az emailek formai jellemzőinek ismertetése után vessünk egy pillantást az emailekben leggyakrabban előforduló témákra. Az általam vizsgált kisméretű adatbázisban az üzletemberek a következő témákról írnak:

1. termékfejlesztés

(pl. The main reason is that the product will be customised in the coming weeks...)

2. dokumentum tervezet véleményezése

(pl. I would appreciate your feedback on the draft document attached.)

3. találkozó megbeszélése

(pl. ...left a message with your secretary about the possibility of setting up a meeting to inform you of the opportunities our company can offer XXX in Hungary.)

4. üzletmenettel kapcsolatos információcsere

(pl. you put in writing...; submit a pilot licence...; be kept informed...; find out...)

5. engedélyeztetéssel kapcsolatos információk kérése

(pl. I need confirmation from you now that XXX will have their approval from HIF.)

6. lehetséges üzleti partner bevonása

(pl. You ask quite understandably how Merlin could aid XXX in your business activity.)

7. konkurens cég válaszelevelének megvitatása

(pl. I would like to discuss the Mullon response, and agree how to proceed from here.)

8. megállapodás aláírása

(pl. It sounds like everything is ready to close/sign off this agreement.)

9. éves terv megvitatása

(Pl. Attached is a revised PR and Events calendar for Hungary for 2001.)

10. új munkatárs bemutatkozása

(pl. I joined XXX group before Christmas to take over group responsibility for the IT function.)

A fenti példákból jól látható, hogy az üzenetekben előforduló témák igen változatosak és valószínű, hogy a teljes korpuszban számos egyéb téma is felbukkan. A következő részben azt vizsgáljuk meg, hogy az emailekben előforduló témákat milyen retorikai funkciókkal fejtik ki a beszélőközösség tagjai.

3. 4 Az üzleti email retorikai funkciói

Ahogy Swales (1990) modelljében láthattuk, a tudományos cikkek bevezetőjének kommunikációs céljai retorikai mozzanatokban nyilvánulnak meg, melyek egyben meghatározzák a műfaj kognitív struktúráját és nyelvi kifejező eszközeit is. Ahhoz, hogy az üzleti emailek retorikai struktúráját meghatározzuk, szükséges tehát a rendelkezésünkre álló szövegek egészében megfigyelnünk az egyes kommunikációs célokat.

Az emailekben előforduló témákat kísérő kommunikációs célok közül valamennyi üzenetben három fő kommunikációs cél (zárójelben a vonatkozó emailek) fogalmazódik meg minden esetben. Ezek a következők:

- *információ nyújtás/kérés*
- *szívesség nyújtás/kérés (5)*
- *együttesen fordul elő az információ nyújtás/kérés; szívesség nyújtás/kérés (1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10)*

A három kommunikációs cél közül, a legutóbbi, vagyis amikor egyszerre van jelen az információ nyújtás/kérés, illetve a szívesség nyújtás/kérés a leggyakoribb.

Ezen felül, számos egyéb, a fő kommunikációs célt kísérő retorikai funkció is megtalálható (jöllehet némelyik viszonylag kisebb gyakorisággal) az üzenetekben (ld: 1. táblázat).

Kommunikációs cél	Email szöveg száma
a) Megszólítás/üdvözlés	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
b) Korábbi kommunikációra utalás	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,
c) Az üzenetírás célja	1, 2, 3, 5, 7, 10
d) Téma bevezetése	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10
e) További információ nyújtása	1, 3, 4, 8,
f) Kérdés felvetése	2, 4, 7,
g) Bocsánatkérés	-
h) Magyarázat/tisztázás/megerősítés	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,
i) Véleményezés/javaslat	1, 2, 4, 6, 9, 10
j) Dokumentum/segítség kérése	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
k) Nyomásgyakorlás	5
l). Elkészítés/aláírás	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

1. táblázat Az angol nyelvű emailekben található kommunikációs célok

Crystal (2001) szerint a hagyományos levélírásnak az email kommunikációra gyakorolt hatása közül a megszólítás, illetve elköszönés a legáltalánosabb. Ebben az adatbázisban mindkét üdvözlésforma teljesen elkülönül az email törzsetől, amelyben

a fő kommunikációs célok fogalmazódnak meg, ezért ezek külön retorikai mozzanatok képeznek majd az elemzés során.

3. 4. 1 A retorikai funkciók szerkezeti felosztása

Mielőtt bármilyen megállapítást tennénk a szövegben található retorikai funkciókat illetően, először azt kell tisztáznunk, hogy milyen nyelvi/szintaktikai egység szolgál az elemzés alapjául. Ezeket az alapegységeket azután nagy körültekintéssel kell meghatároznunk, hogy a kutatás megalapozott, megbízható és megismételhető legyen (Firth 1935; Sinclair és Coulthard 1975).

Swales és Bhatia a retorikai funkciók megállapítására a mondatot vette alapul. Az üzleti emailek esetében azonban úgy tűnik, hogy egy-egy mondaton belül gyakran többféle kommunikációs cél is megfogalmazódik. Például abban az összetett mondatban, hogy *You will need to be sitting at your computer which is attached to the internet so that you can connect to the 'xxxBudapest' eWare application-* az első tagmondatban kérés, míg a másodikban a kérés indoklása fogalmazódik meg. Ezért a kommunikációs célok meghatározásához a mondatnál kisebb egységet, pl. a tagmondatot (angolul: *clause*) szerencsésebb választani. Biber és munkatársai (2002: 455) a tagmondatot a következőképpen határozták meg: „A tagmondat egy fontos nyelvtani szerkezeti egység, mely általában egy igéből, és más egyéb elemből: alanyból, tárgyból, állítmányi és határozói szerkezetből áll”.

4 Az Email műfaj modell (EGM)

Az adatok alapján az üzleti emailek négy fő retorikai mozzanatra oszthatók (ld: 3. ábra)

1. A kommunikáció elindítása
2. Információ nyújtása
3. Információ/szívésség kérése
4. A kommunikáció lezárása

A négy retorikai mozzanat közül az első és az utolsó mintegy keretbe foglalja a két közbűlő, melyek magukban hordozzák az email valódi kommunikációs célját. A retorikai mozzanatokon belül további lépések különíthetők el (3. ábra).

1. Retorikai mozzanat	<i>A kommunikáció elindítása</i>
1. lépés	Üdvözlés
2. lépés	Korábbi kommunikációra utalás
3. lépés	Az üzenetírás célja
2. Retorikai mozzanat	<i>Információ nyújtása</i>
1. lépés	Téma bevezetése
2. lépés	További információ nyújtása
3. lépés	Kérdések felvetése
4. lépés	Bocsánatkérés
3. Retorikai mozzanat	<i>Információ/szívesség kérése</i>
1. lépés	Magyarázat/tisztázás/megerősítés
2. lépés	Véleményezés/javaslat
3. lépés	Dokumentum/segítség kérése
4. Retorikai mozzanat	<i>A kommunikáció lezárása</i>
1. Lépés	Aláírás/beosztás/cégazonosító

43. ábra Az Email műfaj modell(EGM)

Az 1. retorikai mozzanatban, *A kommunikáció elindításakor*, az üdvözlést követően, valamilyen fajta utalás történik az emailben egy korábbi beszélgetésre (személyes, telefonos, emailes) illetve az író rögtön rátér az üzenetírás céljára.

A 2. retorikai mozzanatban, az *Információ nyújtásában*, ahogy a neve is sugallja, az új, mindkét fél számára lényeges információcserére kerül sor. Ezen belül a téma bevezetésére, további információk nyújtására, kérdések felvetésére, illetve bocsánatkérésre is sor kerülhet lépések formájában.

A 3. retorikai mozzanat, *Információ/szívesség kérése*, a sikeres üzletmenet egyik legfontosabb eleme, melyben a tisztázatlan kérdések megvitatása, javaslatok felvetése, illetve a szükséges iratok megküldése szerepel.

Végül, a 4. retorikai mozzanat fejezi be a kommunikációt, ahol az elköszönésen kívül az író aláírása, beosztása is látható.

4.1 Mintaelemzés

Az elemzés során a retorikai mozzanatokat (RM), a lépéseket (L)-l jelöltem, a számok pedig az Email műfaj modellben is használt retorikai mozzanatok/lépések sorrendjét jelölik (ld: 4. ábra).

Tamas,-**RM1-L1**

I tried calling you this evening (Monday) **RM1-L2** but know that you are out of the office until tomorrow.-**RM1-L2**

I am planning to give initial user training over the phone.-**RM1-L3**

The main reason is that the product will be customised in the coming weeks-**RM1-L3**

and it makes more sense to train users on the final product.-**RM2-L2**

In the meantime, your input is very relevant to Budapest customisations.-**RM2-L2**

I would like to arrange an initial 1 hour user training session with you over the phone,-**RM3-L1** in which I explain the main features of the product.-**RM3-L1**

You will need to be sitting at your computer which is attached to the internet –**RM3-L2** so that you can connect to the 'xxxBudapest' eWare application.-**RM3-L1**

Additionally, I will send you our proposed customisations document,-**RM2-L2** so that I can explain this to you as well,-**RM3-L1** and begin to get some feedback from you on your requirements.-**RM3-L3**

If you consider the initial user training session over the phone useful,-**RM3-L2** similar sessions can be arranged with other users.-**RM3-L2**

Can you call me tomorrow Tuesday on 00-353-1-6187820 to arrange a time that is suitable for you.-**RM3-L3**

Regards,-**M4-L1**

Aileen-**M4-I1**

54. ábra Angol anyanyelvű üzletember által írt üzleti email retorikai elemzése

Az első retorikai mozzanatban a retorikai funkciók sorrendje egységes képet mutat: az üdvözlést a korábbi kommunikációra való utalás, illetve az üzenetírás célja követi.

A második mozzanatban az üzenetírás céljának további ismertetésére kerül sor, melyet további információk nyújtása kísér.

A harmadik mozzanat terjedelmét tekintve is a leghosszabb, melyben a felvetett téma további taglalását szívességek, javaslatok kérése követ. A lépések közül mind a három jelen van, noha ezek sorrendje ciklikusnak mondható.

Végül, a negyedik mozzanatban az email írója elköszön, és szignálja az üzenetet.

Az elemzésben használt szövegek alapján elmondható, hogy az Email műfaj modell alkalmas az üzleti email retorikai szerkezetének leírására.

5 A kommunikációs célok nyelvi megnyilvánulásai

Az üzleti emailek szerkezeti egységének vizsgálata után, most térjünk rá a makroegységeken belül található nyelvi síkokra. Amint láthattuk, az emailek jól körülhatárolt, megkülönböztethető részei meghatározott, tipikus nyelvi síkokat tartalmaznak, melyeket a megfelelő szövegrészekben a konvenciók szerint kívánatos használni.

a) Megszólítás/üdvözlés

Tamás, (1, 2)

Dear Mr. Balogh, (3)

Attila, (4, 7, 9)

Dear Bertelan, (5)

Dear Attila, (6)

Eszter, (8)

Attila, Tibor, Richard, (10)

b) Korábbi kommunikációra utalás:

I tried calling you this evening but...(1)

In my previous email I asked you to think about the sales process (2)

...this morning left a message with your secretary about... (3)

Got your message. (4)

Ref my email to XXX...(5)

Thank you very much for responding to my email. (6)

As we already discussed...(7)

c) Az üzenetírás célja:

The main reason is that the product will be customised in the coming weeks. (1)

I would appreciate your feedback especially if there is functionality missing...(2)

...the possibility of setting up a meeting...(3)

...could you or someone else within XXX please tell me without delay...(5)

... I would like to discuss the XXX response...(7)

I have made quick a few changes to dates and sequence...(9)

I joined XXX before Christmas to take over group responsibility for the IT function. (10)

d) Bevezetés:

I am planning to give initial user training over the phone.(1)

Attached is a DRAFT document containing some of the customisations...(2)

My name is XXX...(3)

As XXX is out of the office until later this week...(5)

You ask quite understandably...(6)

Hope you had an enjoyable, relaxing holiday! (7)

It sounds like everything is ready to close/sign off this agreement. (8)

Attached is a revised PR & Events calendar for Hungary for 2001. (9)

It was good to meet you at the Christmas party. I hope you enjoyed Christmas. (10)

e) További információ nyújtása:

...and it makes more sense to train users on the final product. (1)
In the meantime, your input is very relevant to Budapest customisations. (1)
Additionally, I will send you our proposed customisations document, so that I can explain this to you as well, and begin to get some feedback from you on your requirements. (1)
...and time to market with our state-of-the-art facilities.(3)
...and that XXX would like to be kept informed by the HIF...(4)
...and it has been approved by N. és T.(8)

f) Kérdés felvetése:

...what items you want to store about the sale that has been made. (2)
Are the 3.5G and 26G the frequencies being used by any other operators?(4)
What are they „protected” for by the gov. regulation?(4)
Do you have a copy of these? (7)

g) Bocsanatkérés

----- Nem volt példa rá az elemzett szövegekben.

h) Magyarázat/tisztázás/megerősítés

...and it makes more sense to train users on the final product.(1)
...in which I explain the main features of the product. (1)
Note that once a sales has been made...(2)
...in order for us to better understand your needs..(3)
Frank and Jim put together the info you have asked for...(4)
I need confirmation from you now..(5)
Obviously, when we meet, we can talk about this in more detail. (6)
They will be relevant for timescales...(7)
In fact they have the document ready for signing from the time they all turned up...(8)
...but will wait until Zoltan starts...(9)

i) Véleményezés/javaslat:

If you consider the initial user training session over the phone useful, similar sessions can be arranged with other users. (1)
I would appreciate your feedback especially if there is functionality missing that you can point out to me. (2)
I suggest that you put in writing to the HIF that XXX would like permission to use these...(4)
Could I suggest either the 15th or 16th August at your offices. (6)
Please let me know if anything that I have changed poses a problem for you. (9)
...I would appreciate all information on open issues...(10)

j) Dokumentum/segítség kérése

If you have any question, please give me a call. (2)
...or phone when you have a chance! (3)
If you know what frequencies are used by other operators, send it over. (5)
Could you let me have a rough translation of their letter please? (7)

...can you get the list that Csaba has agreed with XXX...(8)
Could you please review and distribute to the relevant people...(10)
I would appreciate all information on open issues...(10)

k) Nyomásgyakorlás

I will have to take immediate alternative actions,...(5)

l). Elköszönés/aláírás

Regards, Aileen (1)
Thanks, Aileen (2)
Sincerely, Alan H. (3)
Thanks, Wendy (4, 7)
I await hearing from you by return. (5)
Regards, Wendy H. (5)
Kind regards, Daniel (6)
See you tomorrow night! N. Morgan P. (9)
Happy New Year. Regards, Catherine S. (10)

6 Eredmények

Bódi (2004) megfigyelésétől eltérően, mind a tíz emailben (a) megszólítják a címzettet, mely leggyakrabban a vezetéknevből áll, de néhány esetben a megszólítás a üzleti levélben megszokott, *Kedves Balogh Úr*, formális alakot ölti.

Három email kivételével valamennyi üzenetben szerepel utalás a korábbi kommunikációra (b). Ez leggyakrabban a megszólítást követően az email elején található, de néhány esetben (2, 7) hátrébb sorolódnak. Ghadessy (1993) szerint minden egyes levél valamilyen módon kapcsolódik egy korábbihoz egy ún. referencia sorral, kivéve az első levelet, ahol ez természetesen hiányzik. Érdekes megemlítenünk azt is, hogy az üzenetírás céljára nem minden esetben kerül sor. Ennek az lehet az oka, hogy a fejlécben a téma megjelölése helyettesíti ezt.

A második retorikai mozzanatban az emailek írói majdnem minden esetben bevezetik a témát, azonban a téma kifejtése további információk nyújtásával már jóval ritkábban fordul elő. Az információcseréhez szükséges kérdések felvetése erre az adatbázisra nemigen jellemző; bocsánatkérésre pedig egyetlen példát sem találtam (Ezt a kategóriát azért tartom mégis a modellben, mert a teljes adatbázisban jónéhány esetben találni rá példát).

A harmadik retorikai mozzanat az üzleti ügyek világosabbá tételével, vagyis a korábbi megállapodások tisztázásával kezdődik. Ezt követően a partner véleménye, javaslata tükröződik az emailekben. Ahogy már korábban utaltam rá, az emailek fő kommunikációs céljai között szerepel a szívességkérés, ezért nem meglepő, hogy itt is valamennyi üzenetben találhatunk példát hiányzó dokumentumok, vagy egyéb segítség kérésére.

Érdekes megfigyelnünk azonban azt, hogy a nyomásgyakorlás, mint kommunikációs funkció, mindössze egy esetben fordult elő az általam vizsgált üzenetekben.

Az utolsó retorikai mozzanatban az email írók minden esetben elköszöntek, és aláírták az üzeneteket.

7 Összegzés

A jelen előtanulmány eredményei azt mutatják, hogy az EGM modell alkalmas az üzleti email-ek retorikai/műfaji elemzésére. Mivel kísérleti jelleggel és kis adatbázison állítottam fel és teszteltem az EGM modellt, nem kizárt, hogy egy nagyobb adatbázis elemzésekor a modell korrekcióra, módosításra szorul. Bizonyos retorikai funkciók elképzelhető, hogy kisebb jelentőségük miatt kiesnek, ugyanakkor más funkciók pedig beillesztődnek.

Ami a retorikai funkciók nyelvi megnyilvánulásait illeti, a fent említett példák igazolják, hogy egy-egy retorikai funkciót többféle nyelvi eszközzel is kifejezhetünk. Ezek sokféleségére fontos felhívunk a szakmai nyelvet oktató tanárok figyelmét.

Irodalom

- Baron, N. S. 2000. *Alphabet to Email. How written English evolved and where it's heading*. London: Routledge.
- Baron, N. S. 2002. Who sets e-mail style? Prescriptivism, coping strategies, and democratizing communication access. *The Information Society* Vol. 18, 403–413.
- Bhatia, V. K. 1993. *Analysing Genre*. London: Longman
- Biber, D., Conrad, S. Leech, G. 2002. *Longman Student Grammar of Spoken and Written English*. Pearson.
- Bódi, Z. 2004. *A világháló nyelve. Internetezők és internetes nyelvhasználat a magyar társadalomban*. Gondolat Kiadó. Budapest.
- Collot, M., Belmore, N. 1996. Electronic Language: A New Variety of English. In: S. Herring (szerk.) *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins. 13-28.
- Crystal, D. 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Firth, J. R. 1935. The Technique of Semantics. In: J. R. Firth (szerk.) *Papers in Linguistics* 1934-51. London: Oxford University Press.
- Gains, J. 1999. Electronic Mail—A New Style of Communication or Just a New Medium?: An Investigation into the Text Features of E-mail. *English for Specific Purposes* Vol. 18. No. 1. 81-101.
- Gimenez, J. C. 2005. Unpacking Business Emails: Message Embeddedness in International Business Email Communication. In: M. Gotti and P. Gillaerts (szerk.) *Genre Variation in Business Letters. Linguistic Insights: Studies in Language and Communication*. Bern: Peter Lang. 235-255.
- Gimenez, J. C. 2000. Business E-mail Communication: Some Emerging Tendencies in Register. *English for Specific Purposes* Vol.19. No. 3. 237-251.
- Károly, K. (2007, megjelenés alatt). *Szövegtan és fordítás*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Koltay, T. 1997. Az e-mail üzenetek pragmatikai jellemzőiről. In: Petőfi S. J., Békés I., Vass L. (szerk.) *Szemiotikai szövegtan 10*. Szeged, JGYTF. 91-97.
- Mallon, R., Oppenheim, C. 2002. Style Used in Electronic Mail. *Aslib Proceedings* Vol. 54 No. 1. 8-22.

- Orlikowski, W., Yates, J. 1994. Genre repertoire: the structuring of communicative practices in organizations. *Administrative Science Quarterly* Vol. 39. 541-74.
- Pajzs, J. 1996. Az elektronikus levelezés mint a kommunikáció új fromája. In: Terts, I. (szerk.) *Nyelv, nyelvész, társadalom*. Emlékkönyv Szépe György 65. születésnapjára barátaitól, kollégáitól, tanítványaitól. JPTE-PSZM Project programiroda. 208-212.
- Paltridge, B. 1994. Genre Analysis and the Identification of Textual Boundaries. *Applied Linguistics* Vol. 15. 287-299.
- Sinclair, J. M., Coulthard, M. 1975. *Towards an Analysis of Discourse*. London: Oxford University Press.
- Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.