

*Helle Hermann**

Sluthilsener i franske forretningsbreve

Abstract

This presentation is based on and continues a previous study dealing with linguistic politeness in business correspondence (Danish/French). On the basis of J.R. Searle's theory of speech acts, H.P. Grice's Cooperative Principle and Brown and Levinson's politeness theory, French complimentary closes are analyzed. The paper presents a pilot study which looks at recommendations given by textbooks as well as closes in authentic business correspondence. The study has three aims. One aim is to establish the degree to which textbook recommendations differ, the second is to present an outline of any divergences between recommendations and linguistic behaviour as evidenced in a corpus of authentic French business correspondence. The third aim of the study is to provide the Danish correspondent with some guidelines, based on the theory of face and politeness strategies, which will hopefully permit him or her to choose complimentary closes in agreement with the conventions which seem to apply to French business correspondence.

1. Indledning

1.1. Motivation og formål

I forbindelse dels med min tidligere undersøgelse af høflig adfærd i forretningsbreve, dels med undervisningen på BA-studiet i erhvervsprog, er jeg blevet opmærksom på, at hvor den danske afsluttende hilsen ikke giver anledning til problemer, forholder det sig ganske anderledes med den franske.

Den danske sluthilsen er udsat for meget små variationer, og "Med venlig hilsen" eller "Venlig hilsen" må siges at være adækvat i alle situationer. Gennemlæsning af blot et lille antal franske forretningsbreve viser derimod, at der er meget store og hyppige variationer i de franske sluthilsener, og det er ikke umiddelbart indlysende, hvilke bevæggrunde afsenderen har for at vælge en bestemt sluthilsen.

* *Helle Hermann*
Handelshøjskolen i København
Dalgas have 15
DK-2000 Frederiksberg

Når man konsulterer lærebøger om fransk handelskorrespondance for at få retningslinier med hensyn til valg af sluthilsen gives en række muligheder, men noget klart overblik får man ikke. De fleste lærebøger begrænser sig til at anføre eksempler på en række franske afsluttende hilseformularer.

En almindelig fremgangsmåde er for mange danske brevskrivere at vælge én eller to bestemte sluthilsener, som anvendes i alle situationer. Det er ofte også denne fremgangsmåde, man som underviser anbefaler de studerende at benytte.

Et yderligere problem er, at de studerende i forbindelse med oversættelse af danske breve til fransk har tendens til at gengive den danske tekst så ordret som muligt, og de studerende advares ofte mod at skrive mere, end der står. Imidlertid efterlader autentiske franske breve - i modsætning til danske - indtryk af ofte at indeholde nogle afsluttende bemærkninger inden den egentlige sluthilsen.

De spørgsmål, jeg har stillet mig selv, er følgende:

1. Er der overensstemmelse mellem lærebøgernes anbefalinger, og hvilke anbefalinger drejer det sig om?
2. Hvordan ser virkeligheden ud? Eller sagt på en anden måde: er der overensstemmelse mellem lærebøgernes anbefalinger og virksomhedernes faktiske adfærd?
3. Vil en undersøgelse af franske hilseformularer, som de optræder i autentiske breve, give mulighed for at opstille generaliserende betragtninger, som eventuelt kunne anvendes som håndtérbare retningslinier, der kan lette den danske afsenders valg af hilseformular?
4. Hvor hyppigt optræder afsluttende bemærkninger inden sluthilsenen, og hvilke høflighedsstrategier anvendes i sådanne bemærkninger?

1.2. Rapportens indhold

Med henblik på at opfylde målsætningen for denne undersøgelse falder fremstillingen i 3 dele.

Efter en kort beskrivelse af undersøgelsens basis, teoretiske grundlag og den valgte analysemetode, præsenteres lærebogsanbefalingerne (afsnit 2). Formålet med denne præsentation er at klarlægge, dels hvil-

ke anbefalinger det drejer sig som, dels om der er overensstemmelse mellem anbefalingerne.

Dernæst (afsnit 3) gennemgås de sluthilsener, der optræder i korpus (se nedenfor) med henblik på at klarlægge, hvilke sluthilsener der rent faktisk anvendes og disses frekvens. I opsummeringen af afsnit 3 sammenholdes undersøgelsens resultater med lærebøgernes anbefalinger.

Den anden del af fremstillingen vedrører afsluttende bemærkninger (afsnit 4), som defineres ud fra Grices konversationsmaksimer¹. I afsnittet påvises dels frekvensen af afsluttende bemærkninger, dels afsenders valg af høflighedsstrategier i sådanne bemærkninger. Disse valg beskrives først generelt og derpå i forbindelse med udvalgte sluthilsener.

Den 3. og sidste del af fremstillingen præsenteres i afsnit 5, hvor jeg på baggrund af de 2 første dele opstiller et sæt retningslinier i et forsøg på at lette den danske afsenders valg af såvel sluthilsen som afsluttende bemærkninger.

1.3. Basis for undersøgelsen

Lærebøger

Som basis for denne del af undersøgelsen har jeg udvalgt gængse, nyere lærebøger, såvel danske som engelske og franske vedrørende handelskorrespondance. I den forbindelse er det især interessant at bemærke, hvilke anbefalinger der gives i de franske lærebøger, idet de må anses for - om ikke at være - så dog forsøge at være normdannende på området. Når jeg i det efterfølgende taler om normer, er det derfor lærebogsanbefalingerne, der hentydes til.

Korpus

Basis for sammenligningen med lærebøgernes anbefalinger er et korpus, der består af i alt 250 franske breve, alle skrevet efter 1985. Af dette korpus udvælges breve, som repræsenterer så mange forskellige brancher og så mange brevgenrer som muligt. For at undgå, at undersøgelsen beskriver et idiolekt, har jeg endvidere bestræbt mig på, at eksempel materialet kun indeholder få breve fra samme afsender.

¹ Grice, 1967, 41-58.

Det autentiske eksempelmateriale omfatter herefter i alt 150 breve, hvilket naturligvis ikke er tilstrækkeligt til, at undersøgelsen kan betragtes som udtømmende. Undersøgelsen skal derfor ses som et pilot-projekt, hvis resultater giver et fingerpeg om, hvilke tendenser der er for afsenderens faktiske valg af afsluttende bemærkninger og sluthilsen.

1.4. Teoretisk grundlag

For en udførlig redegørelse for undersøgelsens teoretiske grundlag henvises til Hermann, 1990, 19-107, hvori man finder beskrivelse af principperne bag høflighed og kommunikationssituationens indflydelse på relationen mellem afsender og modtager.

Af hensyn til forståelsen af denne artikel skal enkelte punkter dog her resumeres og præciseres.

Forretningsgangens faser

Forretningsgangens faser² består af et varierende antal trin, genrer, som indtager en fast plads i forhold til hinanden. Der skelnes i denne fremstilling mellem 3 faser, nemlig forhandlingsfasen, også kaldet den præ-kontraktuelle fase, der består af genrerne salgsbreve og forespørgsler, den kontraktuelle fase, der består af tilbud og ordrer, og endelig den post-kontraktuelle fase. Denne fase består af genrerne reklamationer og rykkerskrivelser, men omfatter også anden korrespondance, der vedrører problemer med henholdsvis ordrens levering og betaling.

Ansigtbegrebet

Inden for de sidste par årtier er der fremkommet forskellige teorier til forklaring af principperne bag høflighed. Blandt de banebrydende arbejder har især Goffman's Interaction Ritual (1967) haft betydning for den retning, en stor del af den efterfølgende høflighedsforskning har taget. I et forsøg på at forklare grundlaget for social adfærd introducerede Goffman begrebet *face*. Begrebet dækker over nogle følelsesmæssige behov, som alle mennesker har. En person kan kun få opfyldt disse behov ved, at andre gennem deres adfærd viser, at hans interesser ligger dem på sinde.

² Hermann, 1990, 15.

Også Lakoff (1972,1973) har haft stor betydning for den senere forskning i høflighed. Lakoff hævder, at såfremt kommunikation skal være vellykket, må der opstilles regler for den pragmatiske kompetence (be clear, be polite), samt regler for høflighed.

Goffman's *face* og Lakoffs høflighedsregler danner grundlaget for den første egentlige høflighedsteori, som Brown & Levinson (1978, 1987) præsenterede i skriftet *Universals In Language Usage: Politeness Phenomena*. Denne teori har vist sig produktiv, når det drejer sig om en analyse af den høflighed, som kommer til udtryk i forretningsbreve (se Hermann, H.: Høflig adfærd i forretningsbreve).

Brown og Levinsons høflighedsteori bygger på en antagelse om, at ethvert individ er understøttet med to egenskaber, nemlig rationalitet og "face", herefter kaldet "ansigt", forstået som et universelt, abstrakt begreb. Dette ansigt er emotionelt påvirkeligt, og kan f.eks. "angribes", "trues", "plejes", "tabes", "reddes", etc..

Ansigtet har to sider. Den ene side omfatter især behov for personlig accept. Dette ansigt kaldes i det efterfølgende for **I-ansigtet**, hvor **I** står for Intim. Den anden side omfatter bl.a. behov for handlefrihed og autonomi. Dette ansigt kaldes herefter for **D-ansigtet**, hvor **D** står for Distance. Jeg har erfaret, at de oprindelige betegnelser for de 2 sider af ansigtet, nemlig det positive og det negative ansigt, ofte giver anledning til misforståelser, idet det drejer sig om værdiladede adjektiver. Jeg anvender derfor forsøgsvis ovenstående nye betegnelser.

De sociale variabler

Begrundet i den tidligere undersøgelses resultater³, vælger jeg i denne undersøgelse at fokusere på følgende elementer, som har særlig betydning for behovet for høflighed, nemlig de sociale variabler Distance og Autoritet, samt afsenderens intention.

Ved Distance forstås den sociale distance mellem parterne. Det er en symmetrisk værdi, der ofte, og især når det vedrører relationer mellem virksomheder, vurderes ud fra, hvor hyppig interaktion der er mellem parterne. Set i lyset af en forretningsgang er Distancen størst i salgsbreve og mindskes principielt undervejs i kommunikationsforløbet.

³ Hermann, 1990.

Ved Autoritet forstås en asymmetrisk værdi, et mål for den magt parterne har i forhold til hinanden. I forbindelse med forretningsbreve er Autoritet ikke knyttet til det enkelte individ, men til roller og rollesæt⁴, og visse rollesæt har en indbygget asymmetrisk magtfordeling. I køber/sælger rollesættet tildeles køber konventionelt autoritet over sælger, i og med det normalt er køber, der træffer den endelige beslutning om, hvorvidt et forretningsforhold skal etableres eller fortsættes.

Afsenderens intention

I denne undersøgelse skelnes mellem to typer af intentioner, nemlig direktiv og ekspressiv intention.

Den direktive intention er fælles for alle genrer og findes således både i den præ-kontraktuelle, den kontraktuelle og den post-kontraktuelle del af forretningsgangen. Den direktive intention truer modtageres D-ansigt, fordi den i større eller mindre omfang medfører en begrænsning af modtagerens handlefrihed og selvbestemmelsesret og dermed rejser et behov for høflighed fra afsenderens side.

Den ekspressive intention findes i den post-kontraktuelle fase af forretningsgangen og er udtryk for afsenderes implicite eller eksplicite kritik af modtageren, som på en eller anden måde og i et eller andet omfang ikke har opfyldt sine forpligtelser. I min tidligere undersøgelse af høflig adfærd i forretningsbreve påviste jeg⁵, at en sådan kritik i Frankrig opfattes som en alvorlig trussel mod modtagerens I-ansigt, som afsenderen gør sig stor umage for at afbøde.

1.5. Analysemetode

De enkelte genrer er tidligere⁶ defineret ved hjælp af det regelsæt, som sprogfilosoffen J.R. Searle opstillede i sin teori om *speech acts*⁷. Alle brevene i korpus er analyseret med henblik på en genrebestemmelse, og dermed en præcisering af de sociale variabler, Distance og Autoritet, som antages at have betydning for afsenderens valg af sluthilsen.

⁴ Hermann, 1990, 20.

⁵ Hermann, 1990, 184.

⁶ Hermann, 1990, 49ff.

⁷ Searle, 1969, 57ff.

Efter denne analyse kan Distancen mellem parterne karakteriseres som stor i genrerne salgsbreve, tilbud og ordrer og lille i genrerne reklamationer og rykkerskrivelser.

Autoriteten tildeles afsenderen i genrerne forespørgsler, ordrer, reklamationer og rykkerskrivelser, hvorimod modtageren har autoriteten i genrerne salgsbreve og tilbud.

Dernæst er de anvendte sluthilsener registreret. Hver enkelt hilseform er noteret på registreringsskemaer, hvor følgende er markeret:

- distancens værdi (stor/lille)
- autoritetens værdi (tildelt afsenderen/modtageren)
- tiltaleformen (Messieurs/Monsieur - med eller uden tilføjelse af 'cher')
- forekomst af afsluttende bemærkninger i tilknytning til sluthilsenen

Med hensyn til de afsluttende bemærkninger er det teoretiske grundlag for udvælgelse af bemærkningerne Grices konversationsmaksimer, som kort beskrives på side 226.

På et oversigtsskema noteres den valgte høflighedsstrategi, og samtidig markeres de sociale variabelers karakteristika samt intentionens karakter med henblik på at afdække, hvilken indflydelse en given variabel og en given intention har på afsenderens valg af høflighedsstrategi i de afsluttende bemærkninger.

2. Lærebogsanbefalinger

En gennemgang af gængse lærebøger om fransk handelskorrespondance⁸ viser, at der kun gives få kriterier for afsenderens valg af sluthilsen. En del lærebøger anfører ingen kriterier, men giver blot eksempler på forskellige afsluttende hilseformer. Ingen præciserer, hvilken betydning genren kan have for valg af høflighedsformular, der tales blot vagt om, at afsenderen skal "tenir compte de l'objet de la lettre", og visse lærebøger opfordrer læseren til at lære et par hilseformularer udenad.

Andre lærebøger henviser til den sociale variabel Autoritet, idet de skelner mellem hierarkisk højere/lavere placerede personer og kunder/leverandører, hvor kunden tildeles autoritet over leverandøren.

⁸ De lærebøger, der danner baggrund for dette afsnit, er angivet i bibliografien på side 238.

2.1. Generelle anbefalinger

Hvis man forsøger at sammenfatte de kriterier og sluthilsener, der angives i de enkelte lærebøger, når man frem til ganske få hilseformer, som lærebøgerne er fælles om at anbefale:

Når afsenderen har autoriteten anbefales:

Veillez agréer, Messieurs, mes salutations distinguées

Når modtageren har autoriteten anbefales:

Veillez agréer/accepter, Messieurs, l'expression de mes sentiments respectueux/dévoués

eller

Veillez croire, Messieurs, à nos sentiments dévoués

Variablen Distance omtales implicit, idet enkelte lærebøger blot anfører, at afsenderen bør tage hensyn til de personlige relationer.

Læseren får især råd og vejledning vedrørende formler, der kun bør benyttes, såfremt der eksisterer et venskabeligt forhold mellem parterne, og såfremt parterne kender hinanden godt, d.v.s. hvis Distancen er lille. Der er enighed om, at afsenderen i så fald kan benytte andre adjektiver end *distingué, dévoué* og *respectueux*, fx *meilleur, cordial* eller eventuelt superlativer:

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments les plus cordiaux

2.2. Specifikke anbefalinger

Udover disse generelle anbefalinger har nogle lærebøger bemærkninger og anbefalinger vedrørende bestemte udtryk. Det er karakteristisk, at de franske lærebøger⁹ formulerer deres anbefalinger som påbud. Disse påbud citeres nedenfor, og vi vil vende tilbage til dem efter præsentationen af den empiriske undersøgelse for at se, hvorvidt påbudene er udtryk for virksomhedernes faktiske adfærd.

Påbud om valg af præpositioner:

croire en bør ikke anvendes, idet det er udtryk for blind tro og bruges om religiøse forhold, i stedet bruges croire à,

⁹ Se fx Gérard: 13, le Goff: 27, Guback: 21, Lewis: 91, Marie: 15.

croire à kan kun kombineres med à nos sentiments.... og kan ikke bruges sammen med substantiverne expression og assurance,

Påbud om valg af substantiver

considération giver indtryk af hierarkisk sammenligning og bør derfor kun bruges fra over- til underordnet. Dog giver anden lærebog¹⁰ her kontraordre, idet det hævdes, at considération markerer respekt for overordnet,

salutations benyttes, når parterne ikke er 'ude over det første høflighedsstadium', d.v.s., når Distancen er stor,

expression må ikke benyttes, hvis autoritetsforholdet mellem parterne er lige, da det markerer respekt,

assurance bruges ikke fra under- til overordnet,

Påbud om valg af adjektiver

dévoué bruges kun fra under- til overordnet, idet adjektivet giver udtryk for respekt,

distingué giver indtryk af hierarkisk sammenligning og bør derfor kun bruges fra over- til underordnet,

meilleur hvis adjektivet foranstilles, er det familiært. Adjektivet skal efterstilles, hvis modtageren har autoriteten. Brug af en sluthilsen som *Je vous prie d'agrée, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs* forudsætter, at relationerne er hjertelige, venskabelige, og at parterne har kendt hinanden længe,

sincères bør ikke benyttes (lærebøgerne angiver ingen forklaring herpå),

Påbud vedr. tiltalen:

Messieurs benyttes, hvis brevet ikke stiles til navngiven enkeltperson - i så fald benyttes Monsieur,

Den tiltaleform, der er anvendt som indledning til brevet, skal gentages i den afsluttende hilsen,

¹⁰ Lewis: 91.

cher må kun bruges, når parterne kender hinanden godt og er på uformel og venskabelig fod med hinanden,

Påbud vedr. sætningskonstruktionen:

bydemåde bør ikke benyttes, hvis autoritetsforholdet mellem parterne er lige,

afkortede hilseformer må ikke benyttes,

Påbud vedr. afsluttende bemærkninger:

Afsluttende bemærkninger bør ikke udelades.

Der bør ikke stilles betingelser for den afsluttende hilsen. Således frarådes det at skrive: *Espérant/ Dans l'attente d'une réponse favorable...* fordi det giver modtageren indtryk af, at han ikke har ret til den høflighed, der gives udtryk for, hvis det ventede svar ikke kommer.

Ligeledes bør afsenderen afholde sig fra at skrive: *Dans cette attente,.../ Dans l'attente de vous lire,...* idet disse udtryk karakteriseres som intetsigende.

De afsluttende bemærkninger skal kædes sammen med den afsluttende hilsen, og må ikke danne et selvstændigt udsagn.

3. Sluthilsener i autentiske breve

Efter denne præsentation af lærebogsanbefalingerne vender vi blikket mod de autentiske breve for at se, på hvilke punkter virksomheden overholder - eller eventuelt bryder - de normer, der sættes af lærebøgerne.

Analysen af de autentiske breve viser, at der er stor spredning i afsenderens valg af sluthilsen, idet der er registreret ialt 55 sluthilsener (36% af det samlede materiale), som på én eller anden måde adskiller sig fra hinanden. Det kan eksempelvis dreje sig om brug af forskellige adjektiver, tilføjelse af adverbelle bestemmelser, etc.

I eksempel materialet optræder 57 % af sluthilsenerne mere end 1 gang. I det følgende kommenteres først de sluthilsener, der optræder mere end 1 gang, og derefter præsenteres de hilseformer, der kun optræder 1 gang i korpus.

3.1. De hyppigst forekommende sluthilsener

Den hyppigst forekommende (17%) sluthilsen er

- 1) **Nous vous prions d'agréer, Messieurs,
nos salutations distinguées.**

Som det fremgår af nedenstående oversigt, er distancen mellem afsender og modtager lille i 74% af de breve, der har anvendt denne sluthilsen, og i 70% af brevene er det afsenderen, der har autoriteten. Det vil med andre ord sige, at denne h flighedsformular ofte optræder i ordrer, reklamationer og rykkerskrivelser og forholdsvis sjældent i salgsbreve, tilbud og forespørgsler (jf. s. 211).

11

Det fremgår endvidere af skemaet, at brevene som regel stiles til "Messieurs", og at den venskabelige tiltaleform "Cher" kun sjældent benyttes.

Endelig kan det konstateres, at sluthilsenen oftest (82%) anvendes i forbindelse med afsluttende bemærkninger (se nærmere herom i afsnit 4).

Som næsthyppigste sluthilsen (15%) er følgende hilseformular registreret:

- 2) **Nous vous prions d'agréer, Messieurs,
l'expression de nos sentiments distinguées**

¹¹ Forkortelser

I registreringsskemaerne er følgende forkortelser anvendt:

- D Distancen mellem parterne er lille
- +D Distancen mellem parterne er stor
- Afs. A Autoriteten er tildelt afsenderen
- Modt. A Autoriteten er tildelt modtageren
- EP brevet er stilet til enkeltperson (Monsieur)
- cher der benyttes venskabelig tiltaleform
- afsl.b brevet indeholder afsluttende bemærkninger inden den egentlige sluthilsen.

Det er karakteristisk, at de sociale variabelers karakteristika i de breve, hvor afsenderen har valgt denne sluthilsen, adskiller sig fra de karakteristika, variablerne har i forbindelse med sluthilsen **1**), idet distancen oftest er stor (63%), og autoriteten er tildelt modtageren (58%). Det vil med andre ord sige, at man kan forvente at møde denne afsluttende hilsen især i salgsbreve og tilbud.

Også i forbindelse med denne sluthilsen stiles brevene som regel til "Messieurs", men det kan konstateres, at den venskabelige tiltaleform "Cher" oftere benyttes (23%). Dette kan ses som udtryk for afsenderens ønske om at mindske distancen mellem parterne i disse genrer, som tilhører forretningsgangens forhandlingsfase, hvor parterne er konsensus-søgende.¹²

Det er endvidere karakteristisk, at denne hilseformular, i modsætning til sluthilsen **1**), ofte (55%) anvendes uden afsluttende bemærkninger (se herom afsnit 4).

Trediehyppigst - i 7% af eksemplerne - optræder

**3) Nous vous prions de croire, Messieurs,
à (en) l'expression (l'assurance) de nos
sentiments les meilleurs.**

Som nedenstående oversigt viser, benyttes denne sluthilsen, hvad enten distancen mellem parterne er stor eller lille, hvad enten det er afsenderen eller modtageren, der har autoriteten, og hvad enten afsenderen henvender sig til enkeltperson eller til firmaet som helhed.

¹² Hermann, 1990, 38-48.

Sluthilsenen benyttes med andre ord i alle genrer, og det kan endvidere konstateres, at hilsenen bruges såvel med som uden afsluttende bemærkninger.

Som det fremgår, tegner de 3 hyppigst anvendte sluthilsener sig for henholdsvis 17%, 15% og 7%, ialt 39% af det samlede materiale.

De resterende eksempler på sluthilsener, der optræder mere end 1 gang i korpus, udgør tilsammen 17%, og illustreres nedenfor i eksemplerne **4), 5), 6), 7) og 8)**. For overskuelighedens skyld er oversigtskemærne vedrørende disse sluthilsener placeret i bilag (se bilag 1). Sluthilsenerne giver anledning til følgende betragtninger:

**4) Nous vous prions d'agréer, Monsieur,
l'expression de nos salutations distinguées**

Denne h flighedsformular vælges oftest, n r distancen mellem parterne er stor (78%), afsenderen har autoriteten (55%) og henvender sig til enkeltperson (55%).

Over halvdelen (56%) af brevene indeholder ingen afsluttende bemærkninger inden denne sluthilsen.

Når man sammenligner med sluthilsen **1)**, som med undtagelse af substantivet "expression" indeholder samme sproglige elementer som **4)**, kan det konstateres, at afsenderen har autoriteten i forbindelse med begge sluthilsener. Derimod adskiller sluthilsen **4)** sig på to punkter. For det første ser det ud til, at distancen mellem parterne er stor, når denne sluthilsen vælges, og for det andet henvender afsenderen sig oftere til enkeltperson. Heraf kan sluttet, at hilseformen må antages især at optræde i forespørgsler og ordrer.

**5) Nous vous pr sentons, Messieurs,
nos (sincères) salutations (distinguées)**

I forbindelse med sluthilsen **5)** er distancen oftest lille (60%), og afsenderen har autoriteten (60%). Formen er således anvendt i reklamationer eller rykkerskrivelser. Det bemærkes, at der ikke er fundet eksempler på breve stilet til enkeltperson og heller ingen eksempler på breve, der indeholder afsluttende bemærkninger inden denne sluthilsen.

**6) Nous vous prions d'agréer, Monsieur,
l'expression de notre considération (distingu e)**

Der er kun fundet eksempler med sluthilsen **6**) i breve, hvor distancen er lille, og afsenderen har autoriteten, d.v.s. inden for genrerne reklamationer eller rykkerskrivelser. Halvdelen af brevene er stilet til enkeltperson, og halvdelen indeholder afsluttende bemærkninger.

**7) Nous vous prions de croire, Cher Monsieur,
à l'assurance/l'expression de nos sentiments
dévoués**

Sluthilsen **7**) er anvendt i situationer, hvor variabelernes karakteristika er de omvendte, d.v.s. at distancen mellem parterne er stor, og modtageren har autoriteten.

Denne sluthilsen er fundet i 2% af eksempelmaterialet, inden for genrerne salgsbreve og tilbud. I hovedparten af disse breve er tiltaleformen 'Cher Monsieur' benyttet, hvilket må ses som udtryk for afsenderens ønske om at mindske distancen til modtageren i disse genrer.

**8. Nous vous prions d'agréer, Messieurs,
nos salutations empress es**

Tendensen ser ud til at være den samme som ovenfor, dog er der her fundet eksempler, hvor formularen er valgt, selvom distancen er lille, og afsenderen har autoriteten. Eksemplerne adskiller sig endvidere fra sluthilsen **7**) ved, at brevene er stilet til virksomheden (Messieurs) og ikke til enkeltperson (Monsieur).

3.2. Særlige hilseformer

Ovenstående er en analyse af de hyppigst forekommende helt enslydende sluthilsener. Derudover kan 26 % af eksempelmaterialet karakteriseres som varianter af disse sluthilsener, idet der eksempelvis er anvendt andre adjektiver (9), adverbielle bestemmelser (10), o. lign..

9 Veillez agréer, Messieurs, nos sincères salutations

10. Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos salutations tr s distinguées

Som det vil fremgå nedenfor, adskiller de resterende 18% af eksempelmaterialet sig væsentligt fra de hidtil beskrevne hilseformer.

I et forsøg på at kortlægge disse eksempler, har jeg i nedenstående oversigt - i lighed med registreringen af de øvrige eksempler - registreret, dels hvilken distance der er mellem parterne, dels hvorledes auto-

ritetsforholdet er mellem parterne. Desuden er brevets eksplicitte eller implicitte intention registreret med henblik på at se, hvilken side af modtagerens ansigt der er truet, d.v.s., om brevets intention er ekspres-siv (EI) eller direktiv (DI) (jf. s. 215). Endelig er det noteret, om afsen-deren benytter afsluttende bemærkninger i forbindelse med sit valg af særlig hilseform.

Ud fra oversigten kan sluttes, at de særlige hilseformer oftest benyttes, når distancen mellem parterne er lille, når afsenderen har autoriteten og når brevets intention er ekspres-siv, hvilket med andre ord vil sige, når truslen er rettet mod modtagerens I-ansigt (jf. side 210).

Dette betyder, at de særlige hilseformer især benyttes i den postkon-traktuelle fase af forretningsgangen, nemlig i reklamationer eller ryk-kerskrivelser.

Endelig fremgår det, at afsenderen i 33% af brevene har valgt at medtage afsluttende bemærkninger inden sluthilsenen (Se afsnit 4).

3.3. De særlige sluthilseners karakteristika

Når man ser nærmere på de særlige hilseformer for at konstatere, hvor-ved de adskiller sig fra de hyppigst forekommende sluthilsener, kan der gøres 2 væsentlige iagttagelser, der begge vedrører sætningskonstruktio-nen og tiltaleformen.

For det første er 74% af de særlige hilseformer karakteriseret ved at være afkortede hilseformer, der ikke indeholder en tiltale af modtage-ren. Som eksempler på sådanne hilseformer kan anføres:

- 11. Vos dévoués**
- 12. Nous restons courtoisement vôtre**
- 13. Très cordialement vôtre**
- 14. Avec nos sincères salutations**
- 15. Bien cordialement**
- 16. Avec nos regrets**

Den anden væsentlige iagttagelse vedrører 22% af eksemplerne, som har andre særpræg, der har med tiltaleformen at gøre. Således er tiltalen undertiden foranstillet (17) eller udeladt (18):

17. **Cher Monsieur, nous vous prions de croire à nos bons sentiments**
18. **Nous vous prions de croire en l'expression de nos sentiments les meilleurs**

Et enkelt brev skiller sig ud fra de øvrige, idet afsenderen har udeladt adjektivet (fx *distinguées*) fra sluthilsenen:

19. **Veillez recevoir, Monsieur, nos salutations**

Brevet adskiller sig indholdsmæssigt fra de øvrige breve ved at være en afvisning af al yderligere samhandel med modtageren. Som kuriosum kan nævnes, at jeg er i besiddelse af første udkast til brevet, hvor hele sluthilsenen er udeladt. Dette brev blev aldrig sendt, idet afsenderen vurderede, at en sådan udeladelse var et for groft brud på normerne for høflig adfærd, og som derved ville medføre tab af **eget** ansigt.

3.4. Opsummering

I det følgende sammenholdes lærebøgernes anbefalinger med de resultater, som analysen af de autentiske breve har lagt for dagen.

Valg af sluthilsen

Som tidligere nævnt er lærebøgerne enige om at anbefale bestemte sluthilsener. Når autoriteten er tildelt afsenderen, anbefales *Veillez agréer, Messieurs, mes salutations distinguées*. Undersøgelsen af de autentiske breve viser, at denne anbefaling afspejler virkeligheden. Derimod overholder virksomhederne ikke reglen om kun at benytte *salutations* i situationer, hvor distancen mellem parterne er stor. Tværtimod ser det ud til, at distancen mellem parterne oftest er lille, når denne sluthilsen vælges.

Den anden fælles lærebogsanbefaling, nemlig at vælge *Veillez agréer, Messieurs, l'expression de mes sentiments respectueux/dévoués* eller *Veillez croire, Messieurs, à nos sentiments dévoués* som sluthilsen, når modtageren har autoriteten, kan kun bekræftes med hensyn til valg af substantivet *sentiments*. I kraft af undersøgelsen kan det tilføjes,

at distancen mellem parterne oftest er stor i de tilfælde, hvor afsenderen har valgt at benytte *sentiments*. Anbefalingen kommenteres yderligere under ‘Valg af adjektiver’.

Valg af substantiver

Hvad angår de øvrige lærebogsnormer vedrørende valg af substantiver, er der i forbindelse med sluthilsener, hvori *considération* indgår, som tidligere nævnt uoverensstemmelse mellem lærebøgernes anbefalinger. Ifølge undersøgelsen ser det ud til, at virksomhederne foretrækker at benytte formen, når afsenderen har autoriteten, og distancen mellem parterne er lille.

Lærebøgernes anbefalinger vedrørende sluthilsener, hvori *expression* og *assurance* indgår, bekræftes ikke af undersøgelsen, som endvidere viser, at virksomhederne i vid udstrækning bryder reglen om ikke at forbinde *croire à* med *expression/assurance*.

Valg af adjektiver

Med hensyn til valg af adjektiver ser det ligeledes ud til, at virksomhedernes faktiske adfærd afviger fra lærebøgernes anbefalinger. Således viser undersøgelsen, at *distingué* er det hyppigst anvendte adjektiv, såvel i forbindelse med *salutations* som med *sentiments*, og altså uanset om det er afsenderen eller modtageren, der har autoriteten.

Undersøgelsen viser endvidere, at sluthilsener, hvor afsenderen benytter adjektivet *dévoué*, kun optræder i 2% af korpus. Reglen om kun at bruge *dévoué*, såfremt modtageren har autoriteten, kan bekræftes med den tilføjelse, at sluthilsener, hvori *dévoué* optræder, benyttes i forretningsgangens forhandlingsfase, hvor distancen mellem parterne er stor.

Det kan endvidere tilføjes, at afsenderen ser ud til at ønske at mindske denne distancen, idet brevet oftest stiles til enkeltperson, og der benyttes tiltalen ‘Cher Monsieur’.

Denne iagttagelse går ligeledes imod lærebøgerne, der er fælles om at anbefale, at en sådan tiltaleform kun benyttes, hvis der eksisterer et venskabeligt forhold mellem parterne. På samme måde er der ikke noget, der tyder på, at adjektivet *meilleur* i praksis forbeholdes tætte relationer.

Valg af sætningskonstruktion

Hvad angår sætningskonstruktionen, er bydemåde omfattet af lærebøgernes påbud. Det skal bemærkes, at selvom jeg i dette afsnit har valgt at illustrere eksempler, der har subjektet i 2. person flertal, gælder det for alle sluthilsenerne, at der er registreret eksempler med bydemåde, hvor det ikke er muligt at påpege særlige forhold, som kunne tænkes at begrunde valget.

Jeg har endvidere registreret en del eksempler, der har subjektet i 1. person. En nærmere gennemgang af disse eksempler viser en overraskende stor frekvens af salgsbreve. Brugen af "je" må her ses som endnu en distanceminskende strategi.

Endelig overholder virksomhederne heller ikke lærebøgernes påbud om ikke at benytte afkortede hilseformer. På baggrund af undersøgelsen kan det konkluderes, at de særlige hilseformer hyppigst vælges

- når distancen mellem parterne er lille,
- når afsenderen har autoriteten,
- når brevets intention er ekspressiv, hvorved det udgør en trussel mod modtagerens I-ansigt (I = intim), som afsenderen ønsker at mildne.

Der er således fundet flest eksempler på afkortede hilsener i genren rykterskrivelser. Det er tidligere påvist¹³, at denne genre udgør en alvorlig trussel mod modtagerens I-ansigt, og at afsenderen derfor gør sig stor umage med at mildne truslen, som ofte er implicit. Truslen afbødes typisk ved hjælp af høflighedsstrategier, der plejer modtagerens I-ansigt, d.v.s., at afsender giver udtryk for, at distancen til modtageren er lille. Afsenderens valg af særlige hilseformer i disse genrer kan således ses som udtryk for endnu en distanceminskende strategi.

Det kan konkluderes, at lærebøgernes normer er baseret på parternes faktiske relation - de sociale variabler - i de enkelte genrer, og at virksomhedernes adfærd afviger betydeligt fra disse normer. Det kan endvidere konkluderes, at hvert enkelt normbrud kan forklares med afsenderens ønske om at ændre på de karakteristika, som de sociale variabler har i de enkelte genrer. Formålet med en sådan adfærd kan være at pleje modtagerens I-ansigt for at opnå den effekt, enten at distancen forekommer mindre end den rent faktisk er, eller at autoritetsforholdet bliver til modtagerens fordel.

¹³ Hermann, 1990, 239.

4. Afsluttende bemærkninger i autentiske breve

4.1. Indledning

Årsagen til, at jeg har fundet det relevant også at se på afsluttende bemærkninger i forbindelse med en undersøgelse af brevets sluthilsen, er, at lærebøgerne anbefaler, dels at afsenderen medtager afsluttende bemærkninger, dels at de kædes sammen med sluthilsenen. Endelig frarådes bestemte typer af afsluttende bemærkninger. Undersøgelsen har derfor i første omgang til formål at vise, om virksomhederne overholder disse normer.

Dernæst har undersøgelsen til formål at registrere, hvilke høflighedsstrategier der anvendes i forbindelse med bestemte typer af sluthilsener med henblik på en uddybning af de retningslinier for sluthilsener, der er opstillet i afsnit 5.

Definition af “afsluttende bemærkninger”

Den korrespondance, der knytter sig til forretningsgangen, kan defineres som skriftlig kommunikation mellem en afsender og en modtager, som i fællesskab søger at realisere et eller flere mål. Det overordnede mål er køb/salg af en vare eller en tjenesteydelse, og dette mål danner basis for kommunikationen.

For at målet kan realiseres, skal kommunikationen være vellykket, og dette kræver naturligvis, at indholdet ikke giver anledning til misforståelser. Men eftersom enhver form for aftaleindgåelse er udtryk for, at parterne gensidigt har tillid til hinanden, afhænger en vellykket kommunikation også af, at et sådant tillidsforhold etableres og vedligeholdes gennem personlige relationer.

Analytisk kan det enkelte forretningsbrev derfor opsplittes i 2 dele:

- en del der omfatter indholdssiden, d.v.s. selve sagsfremstillingen,
- en del der omfatter relationssiden, d.v.s. parternes indbyrdes relation.

En del af lærebøgerne beskæftiger sig med den betydning den skriftlige kommunikation mellem virksomhederne har for indgåelse af aftaler og understreger nødvendigheden af, at sagsfremstillingen er klar og entydig, bl.a. med det formål at undgå eventuelle tids- og resourcekrævende misforståelser.

Klarhed og entydighed er et af de 4 konversationsmaksimer, nemlig **mådesmaksimet**, som Grice¹⁴ i 1967 opstillede i sin teori om pragmatisk implikaturer med henblik på at give nogle retningslinier for, hvordan sproget mest effektivt kan bruges for at opfylde de kommunikative mål. De øvrige maksimer er **kvantitetsmaksimet** (giv den rette mængde information), **kvalitetsmaksimet** (tal sandt) og **relevansmaksimet** (vær relevant).¹⁵

I princippet kunne al kommunikation i tilknytning til forretningsgangen reduceres til en kerne, som var i overensstemmelse med Konversationsmaksimerne. Imidlertid kan man konstatere, at de fleste forretningsbreve indeholder andet - og mere - end selve sagsfremstillingen, og at dette "mere" kan have med parternes indbyrdes relation at gøre.

De udsagn - udover selve sluthilsenen - der er medtaget i denne undersøgelse er alle udsagn, som går ud over Konversationsmaksimerne, idet en udeladelse af de pågældende udsagn ikke har betydning for selve sagsfremstillingen i brevet. De må derfor antages at vedrøre relationen mellem parterne.

Høflighedsstrategier

Som jeg påviste i min tidligere undersøgelse om høflig adfærd i forretningsbreve, træffer afsenderen en række valg, hver gang han formulerer et udsagn. Når det drejer sig om høflighed, vælger han, om han vil rette høfligheden mod modtagerens I-ansigt (I-høflighed) eller mod modtagerens D-ansigt (D-høflighed). Inden for disse to typer høflighed råder afsenderen over et antal høflighedsstrategier, som han kan vælge mellem, når han ønsker at udtrykke sig høfligt med henblik på at mildne en implicit eller eksplicit trussel mod modtagerens ansigt.

Disse strategier kan resumeres således:

¹⁴ Grice, 1967, 41-58.

¹⁵ Hermann, 1990, 22ff.

I-høflighed

omfatter strategier, som betyder, at afsenderen

- A påskønner modtageren
- A1 værdsætter kontakten til modtageren
- A2 sætter pris på at gøre noget for modtageren
- A3 sætter pris på modtagerens handlinger
- A4 udtrykker gode ønsker for modtageren
- B giver modtageren en fornemmelse af tryghed
- C søger enighed
- D forudsætter kendskab til modtagerens behov
- E er optimistisk
- F tilbyder/forventer samarbejde
- G angiver fordel for modtageren
- G1 giver gaver
- G2 anpriser varen
- H giver forklaring
- J beder om forklaring
- K foreslår forklaring

D-høflighed

omfatter strategier, som betyder, at afsenderen

- L viser respekt
- M giver modtageren handlefrihed
- N lægger afstand til den implicitte eller eksplicitte ansigtstrussel
- O tager forbehold for truslen
- P viser modvilje mod at trænge ind på modtageren
- R er taknemmelig over for modtageren
- S minimerer besvær for modtageren

På de efterfølgende skemaer (bilag 2) er kun medtaget de strategier, der rent faktisk er registreret anvendt i korpus. Bogstaverne i skemaerne henviser til den pågældende strategi. Hvor flere bogstaver er anført, betyder det, at afsenderen har valgt at kombinere strategierne i den angivne rækkefølge, altså at han har valgt at benytte sammensatte strategier.

I den forbindelse skal det erindres, at begrebet høflighed tidligere¹⁶ er beskrevet som forsøg på at opfylde modpartens ansigtsbehov i et eller andet omfang. Det skal også erindres, at sammensatte strategier antages at tage flere ansigtshensyn end usammensatte, og at høflig-

¹⁶ Hermann, 1990, 35 og 216.

hedsniveauet derfor er højst i udsagn, hvor afsenderen har valgt sammensatte strategier.

4.2. De afsluttende bemærkninger frekvens

I forbindelse med de afsluttende bemærkninger er mange lærebøger som nævnt enige om at anbefale, dels at sådanne bemærkninger medtages, dels at de kædes sammen med sluthilsenen og ikke anbringes i en selvstændig sætning.

Med henblik på at se, hvilke tendenser der er i virksomhedernes faktiske adfærd, skelner jeg derfor i første omgang mellem 2 typer af afsluttende bemærkninger. Således omfatter type 1 afsluttende bemærkninger, der er kædet sammen med sluthilsenen, og type 2 afsluttende bemærkninger, der er anført i selvstændig periode.

Undersøgelsen viser, at ialt 108 (73%) af brevene i korpus indeholder afsluttende bemærkninger. Af disse breve indeholder 74 (68%) afsluttende bemærkninger af type 1 og 48 breve (44%) indeholder type 2. Der forekommer 13 (12%) breve, som indeholder både type 1 og type 2. Endelig kan det konstateres, at 27% af eksempelmaterialet ikke indeholder afsluttende bemærkninger inden den afsluttende hilsen.

4.3. Afsenderens valg af høflighedsstrategier

I det følgende undersøges, om der er forskel på afsenderens strategivalg, når de afsluttende bemærkninger står i en selvstændig sætning (type 2) i forhold til strategivalget i de breve, hvor de afsluttende bemærkninger er kædet sammen med den egentlige sluthilsen (type 1). For overskuelighedens skyld er oversigtsskemaerne anbragt som bilag (se bilag 2).

Afsluttende bemærkninger i selvstændig sætning

Af skema 1, bilag 2 fremgår, at der er stor spredning i afsenderens valg af høflighedsstrategier, idet der er registreret anvendelse af 16 forskellige strategier.

Der kan endvidere konstateres en tendens til at sammensatte strategier foretrækkes fremfor usammensatte, især når brevets intention er ekspressiv.

Ser vi på de enkelte strategityper, viser undersøgelsen, at afsenderen har en klar tendens til at foretrække samarbejdsstrategien (F), når

distancen mellem parterne er stor, modtageren har autoriteten, og afsenderen forsøger at få modtageren til at udføre en handling (direktiv intention). Dette betyder ikke overraskende, at strategien især benyttes i forretningsgangens forhandlingsfase:

20. Notre service technique est à votre disposition pour vous fournir tous renseignements complémentaires ou effectuer une étude ponctuelle
(tilbud)

I den omvendte situation, hvor distancen mellem parterne er lille, afsenderen har autoriteten, og modtagerens I-ansigt truet, d.v.s. når afsenderens intention er ekspressiv, ser det ud til, at afsenderen ofte vælger at kombinere optimismestrategien (E) med taknemmelighedsstrategien (R):

21. D'avance nous vous en remercions
(rykker)

Afsluttende bemærkninger kædet sammen med sluthilsen

Også i forbindelse med afsluttende bemærkninger, der er kædet sammen med sluthilsenen, er der, som det fremgår af skema 2, bilag 2, stor spredning i afsenderens valg af høflighedsstrategier. Der er registreret anvendelse af 13 forskellige strategier.

Hvad angår de enkelte strategityper, samler eksemplerne sig ved denne type afsluttende bemærkninger om den usammensatte strategi E (optimisme) og de sammensatte strategier RE (taknemmelighed og optimisme) og ER (optimisme og taknemmelighed), hvor afsenderens giver udtryk for såvel optimisme som taknemmelighed over for modtageren.

Det er interessant at bemærke, at når de afsluttende bemærkninger står i en selvstændig sætning (type 2) er det mest almindeligt, at afsenderen først giver udtryk for optimisme og dernæst for taknemmelighed (ER):

22. Nous comptons sur votre compréhension et vous en remercions.
(Anmodning om udsættelse af betalingsfrist)

hvorimod den omvendte rækkefølge foretrækkes, når de afsluttende bemærkninger kædes sammen med sluthilsenen (type 1):

23. **Nous vous remercions vivement des efforts que vous ferez pour la bonne vente de nos produits,**

.....

(Salgsbrev)

Sammenlignes frekvensen af de sammensatte strategier, kan det konstateres, at den er størst, når de afsluttende bemærkninger står i en selvstændig sætning. Dette er ikke overraskende, idet type 1 jo er kædet sammen med den afsluttende hilsen, som også må ses som udtryk for en høflighedsstrategi.

I det foregående har vi set på valget af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger generelt, idet der blev skelnet mellem bemærkninger, der står i en selvstændig sætning og bemærkninger, der er kædet sammen med sluthilsenen. I det følgende vil vi se på valget af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger, der er kædet sammen med de to hyppigst forekommende sluthilsener.

I forbindelse med præsentationen af disse sluthilsener blev det påvist (jf. s. 217,218), at der optræder afsluttende bemærkninger i 82% af de breve, hvori afsenderen har valgt sluthilsenen **Nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations distinguées** og i 44% af de breve, hvori afsenderen har valgt sluthilsenen **Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distingués**. Ser vi nærmere på afsenderens valg af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger, der er kædet sammen med den hyppigst forekommende afsluttende hilseform, bemærkes i skema 3, bilag 2, at i hovedparten (89%) af de breve, hvor afsenderen har valgt denne sluthilsen i kombination med afsluttende bemærkninger, er distancen mellem parterne lille, og afsenderen har oftest autoriteten.

Det bemærkes endvidere, at afsenderen i næsten halvdelen (46%) af brevene har benyttet en sammensat strategi. Med hensyn til Optimiststrategien (E) kan det noteres, at den indgår i 78% af de sammensatte strategier, og at denne strategi - enten alene eller i kombination med andre strategier - er valgt i 65% af de tilfælde, hvor distancen er lille og afsenderen har autoriteten. Det kan endvidere noteres, at E-strategien indgår i 64% af de breve, der implicit eller eksplicit udgør en trussel mod modtagerens I-ansigt.

Den hyppigst anvendte sammensatte strategi er ER, d.v.s., at afsenderen først giver udtryk for optimisme med hensyn til modtagerens reaktioner og dernæst for sin taknemmelighed over disse reaktioner:

- 24. Comptant sur votre compréhension, et vous en remerciant par avance, nous vous prions d'agr eer, Messieurs, nos salutations distingu ees**
(reklamation)

Den hyppigst (21%) anvendte usammensatte strategi er optimist-strategien (E):

- 25. Dans l'attente de vous lire, nous vous prions d'agr eer, Messieurs, nos salutations distingu ees**
(reklamation/foresp orgsel)

Det er v erd at bem erke, at taknemmelighedsstrategien (R) indg ar i 52% af eksemplerne, enten sammen med andre strategier eller alene:

- 26. Nous vous en remercions et vous prions d'agr eer, Messieurs, nos salutations distingu ees**
(rykkerskrivelse)

Hvad ang ar afsenderens valg af h oflighedsstrategier i de afsluttende bem erkninger i forbindelse med den n esthyppigst anvendte sluthilsen: **Nous vous prions d'agr eer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distinguées**, ser det ud til (skema 4, bilag 2), at afsenderen oftest v elges at benytte afsluttende bem erkninger, n ar distancen mellem parterne er stor (54%) og modtageren har autoriteten (63%) og truslen er rettet mod modtagerens D-ansigt (54%). Endvidere ser det ud til, at afsenderen i forbindelse med denne sluthilsen foretr ækker sammensatte strategier i de afsluttende bem erkninger (72%).

Ogs a i dette tilf ælde er Optimismestrategien (E) den foretrukne, idet den indg ar i 64% af brevene. I sammens etningen med taknemmelighedsstrategien (R) er der her en tendens til - i mods etning til de afsluttende bem erkninger, der benyttes i forbindelse med sluthilsen **1**) - at v elge f orst at give udtryk for taknemmelighed og dern est optimisme (RE):

- 27. Nous vous remercions vivement des efforts que vous ferez pour la bonne vente de ce produit, et nous vous prions d'agr eer, Monsieur et cher correspondant, l'expression de nos sentiments distinguées.**
(salgsbrev)

28. **Vous remerciant à l'avance de nous aider à faire de ces nouveautés un grand succès, nous vous prions d'agréer, Chers amis libraires, l'expression de nos sentiments distingués.**

(salgsbrev)

Afsluttende bemærkninger i særlige hilseformer

Under præsentationen af de særlige hilseformer blev det påvist, at der optræder afsluttende bemærkninger ved 33% af de særlige hilseformer. Det blev endvidere påvist, at særlige hilseformer især anvendes i situationer, hvor distancen mellem parterne er lille, afsenderen har autoriteten, og afsenderens ekspressive intention udgør en trussel mod modtagerens I-ansigt. Og det er netop i sådanne situationer, at afsenderen også benytter afsluttende bemærkninger inden sluthilsenen.

De høflighedsstrategier, afsenderen har valgt, fordeler sig som følger:

Det forholdsvis lille materiale, jeg har til rådighed, gør det ikke muligt at foretage generaliseringer med hensyn til afsenderens valg af høflighedsstrategier ved denne type sluthilsener, idet de afsluttende bemærkninger fremtræder lige så "individualiserede" som selve sluthilsenen. Det eneste fællestræk, der kan påvises, er en tendens til at vælge sammensatte strategier (75%).

29. Alors, à très bientôt, je l'espère.

(Strategi AM - rykkerskrivelse)

30. A l'avance merci!

(Strategi ER - rykkerskrivelse)

4.4. Opsummering

På baggrund af det foregående kan det konkluderes, at virksomhederne i vid udstrækning overholder normen om at indføre afsluttende bemærkninger inden selve sluthilsenen.

Reglen om ikke at placere de afsluttende bemærkninger i en selvstændig sætning overholdes derimod ikke, omend det er mest almindeligt at kæde bemærkningerne sammen med sluthilsenen.

Undersøgelsen viser, at der er tendens til at vælge sammensatte strategier, såfremt de afsluttende bemærkninger danner en selvstændig sætning, og såfremt brevet indhold udgør en trussel mod modtagerens I-ansigt.

Det fremgår endvidere, at selvom der i begge typer af afsluttende bemærkninger er stor spredning i afsenderens valg af høflighedsstrategier, er samarbejds-strategien den mest udbredte, når der ingen sammenkædning er med sluthilsenen, og optimisme-strategien er mest udbredt, såfremt bemærkningerne kædes sammen med sluthilsenen.

Med hensyn til de sammensatte strategier er en kombination af optimisme- og taknemmeligheds-strategien udbredt i de afsluttende bemærkninger med den forskel, at taknemmelighedsstrategien placeres før optimisme-strategien, når bemærkningerne kædes sammen med sluthilsenen, mens den omvendte rækkefølge foretrækkes, når bemærkningerne danner en selvstændig sætning.

Hvad angår afsenderens valg af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger i forbindelse med de 2 hyppigst anvendte sluthilsener kan det konkluderes, at den foretrukne strategi i begge tilfælde er optimismestrategien. Med hensyn til de foretrukne sammensatte strategier, vælger afsenderen også i disse forbindelser en kombination af optimisme- og taknemmelighedsstrategien. Rækkefølgen ser ud til at være RE i forbindelse med sluthilsen 1 og ER i forbindelse med sluthilsen 2.

Endelig kan det konkluderes, at afsenderen vurderer, at behovet for høflighed er størst i forbindelse med sluthilsen 2, idet afsenderen foret-

rækker at benytte sammensatte strategier i forbindelse med denne hil-
sen.

Undersøgelsen gør det muligt at uddybe de retningslinier for valg af
sluthilsen, som præsenteres nedenfor.

5. Forslag til retningslinier

Nedenstående forslag skal opfattes som udtryk for et ønske om at give
klarere og mere præcise retningslinier, der i højere grad afspejler virk-
somhedens faktiske adfærd set i forhold til lærebøgenes anbefalinger.

5.1. Retningslinier for valg af sluthilsen

Som det fremgår af undersøgelsen, er det de sociale variabler og afsen-
derens intention, der er afgørende for valget af sluthilsen. Eftersom dis-
se elementer tilskrives bestemte karakteristika i forretningsgangens for-
skellige faser, er det muligt at opstille en oversigt, som viser, hvilke slu-
thilsener der foretrækkes i de enkelte genrer. Rækkefølgen af sluthilse-
nerne markerer faldende frekvens.

Genre:

Salgsbreve og tilbud¹⁷

1. **Nous vous prions d'agréer, Messieurs,
l'expression de nos sentiments distingués**
2. **Nous vous prions de croire, Messieurs,
  l'expression de nos sentiments les meilleurs**
3. **Nous vous prions de croire, Cher Monsieur,
  l'assurance de nos sentiments dévoués**
4. **Nous vous prions d'agréer, Messieurs,
nos salutations empressees**

Foresp rgsler og ordrer¹⁸

1. **Nous vous prions d'agréer, Monsieur,
l'expression de nos salutations distingués**

¹⁷ Modtageren har autoriteten, Distancen er stor, og afsenderens intention er direktiv.

¹⁸ Afsenderen har autoriteten, Distancen er stor, og afsenderens intention er direktiv.

2. **Nous vous prions de croire, Messieurs, à l'expression de nos sentiments les meilleurs**

Reklamationer og rykkerskrivelser¹⁹

1. **Nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations distinguées.**
2. **Nous vous prions de croire, Messieurs, à l'expression de nos sentiments les meilleurs**
3. **Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de notre considération (distinguée)**
4. **Nous vous présentons, Messieurs, nos (sincères) salutations (distinguées)**

5.2. Retningslinier for valg af afsluttende bemærkninger

Oversigten kan præciseres yderligere, idet det kan konstateres, dels at afsenderen som regel vælger at indføje afsluttende bemærkninger inden sluthilsenen, dels at afsenderen ofte vælger at kæde sådanne bemærkninger sammen med sluthilsenen.

De mest benyttede høflighedsstrategier nævnes nedenfor, med angivelse af frekvens samt i hvilke genrer den pågældende strategi især anvendes.

optimisme (E):

Frekvens: 42%

Genrer: alle

Dans l'attente de votre première commande,.....

samarbejde (F)

Frekvens: 28%

Genrer: især salgsbreve og tilbud

Nous sommes à votre disposition pour tous renseignements complémentaires,.....

optimisme+taknemmelighed (ER)

Frekvens: 23%

Genrer: især reklamationer og rykkere

Comptant sur vos bons soins, et vous en remerciant par avance,

taknemmelighed+ optimisme (RE)

Frekvens: 19%

Genrer: især salgsbreve, reklamationer, rykkere

Nous vous remercions à l'avance de votre prochain règlement,.....

¹⁹ Afsenderen har autoriteten, Distancen er lille, og afsenderens intention er både direktiv og ekspressiv.

påskønnelse (A)

Frekvens: 14%

Genrer: alle

**Nous vous souhaitons bonne
réception de ces documents
et de bonnes ventes de rentrée,.....**

handlefrihed (M)

Frekvens: 8%

Genrer: især salgsbreve, tilbud

**J'espère que cette proposition
retiendra votre attention,.....**

samarbejde+handlefrihed (MF)

Frekvens: 8%

Genrer: især salgsbreve, tilbud

**Nous restons à votre disposition
pour vous apporter tous les
renseignements complémentaires
dont vous souhaiteriez disposer,.....**

taknemmelighed (R)

Frekvens: 7 %

Genrer: især reklamationer, rykkere

Avec nos remerciements,.....

6. Konklusion

Et af denne fremstillings formål var at give svar på spørgsmålet om, hvorvidt der på den ene side er overensstemmelse mellem lærebøgernes anbefalinger vedrørende afslutningen på franske forretningsbreve, og på den anden side om der er overensstemmelse mellem anbefalingerne og sprogbroen i autentiske breve.

Som det er fremgået, giver lærebøgerne en lang række anbefalinger, men er kun fælles om ganske få retningslinier. Det vil også være fremgået, at den autentiske afsender i vid udstrækning bryder de opstillede normer. Således kan det konstateres, at der er meget stor spredning i den måde virksomhederne vælger at afslutte deres breve på, men samtidig viser undersøgelsen klart, hvilken adfærd der er tendens til at foretrække.

Denne tendens har gjort det muligt at opstille et sæt retningslinier, der forhåbentlig kan lette den danske afsenders valg af såvel afsluttende bemærkninger som sluthilsen, hvilket var undersøgelsens andet formål.

Jeg vil her gerne understrege, at de opstillede retningslinier ikke skal ses som et forsøg på at skabe nye normer. Retningslinierne skal blot hjælpe den afsender, som ønsker at udtrykke sig i overensstemmelse med franske konventioner, men skal naturligvis ikke lægge bånd på den afsender, der via sit valg af sluthilsen ønsker at skabe en særlig effekt.

Mangfoldigheden i de autentiske breve indikerer da også, at de franske sluthilsener ofte anvendes med et sådant formål.

Jeg har med denne fremstilling ikke ønsket at tage stilling til korrekthedsgraden i virksomhedernes adfærd, men blot at give et billede af den måde, hvorpå franske virksomheder vælger at afslutte deres breve i forretningsgangens forskellige faser.

Bibliografi

- Austin, J.L. (1962): *How to do things with words*. Harvard Univ. Oxford: William James Lectures 155.
- Blum-Kulka, S. (1987): Indirectness and politeness in request: same or different? In: *Journal of pragmatics* 11 (131-46).
- Blum-Kulka, S. (1982): Learning to say what you mean in a second language: a study of the speech act performance of learners of Hebrew as a second language. In: *Applied Linguistics* 3 (1): 29-59.
- Blum-Kulka et al. (1984): Requests and apologies: A cross-cultural study of speech act realisation patterns. In: *Applied Linguistics* 5 (3):196-212.
- Braudel, F. (1986): *L'Identité de la France*. Editions Arthaud-Flammarion.
- Brown, P. & Levinson, S. (1978): Universals in language usage: politeness phenomena i Goody, E.N. Questions and Politeness: Strategies in social Interaction. Cambridge
- Brown, P. & Levinson, S. (1987): *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge.
- Ferguson, C.A. (1976): The structure and use of politeness formulas. In: *Language in Society* 5 (137-51).
- Goffman, E. (1967): *Interaction Ritual: essays on face to face behaviour*. Chicago: ALDINE.
- Goody, E (1978): *Introduction to Questions and politeness*, ed. E. Goody, pp 1-16.
- Grice, H.P. (1967): Logic and Conversation i Cole and Morgan, eds. 1975. In: *Syntax and Semantics*, vol 3 (41-58).
- Guennier, N. et al. (1978): *Les Français devant la norme*. Paris: Editions Honoré Champion.
- Hermann, H. (1990): Høflig adfærd i forretningsbreve. In: *Ark* 53. Det Erhvervsproglige Fakultet, Handelshøjskolen i København.
- Janney, R.W and Arndt, H. (1993): Universality and relativity in cross-cultural politeness research: a historical perspective. In: *Multilingua* 12-1 (13-50).
- Lakoff, R. (1972): Language in context. In: *Language* 48, vol 4 (907-927).
- Lakoff, R. (1973): The logic of Politeness: or, minding your P's and Q's Papers from the ninth regional meeting, Chicago Linguistic Society.

- Laver, J. (1981): *Linguistic Routines and Politeness in Greeting and Parting Conversational Routine*. Florian Coulmas (ed.), Mouton, pp 289-204.
- Levinson, S. (1983): *Pragmatics*. Cambridge.
- Lundquist, L. (1981): Sproghandlingsteori og sprogstudier. In: *ARK 7*, Handelshøjskolen i København.
- Matsumoto, Y. (1988): Reexamination of the universality of face: Politeness Phenomena in Japanes. In: *Journal of pragmatics* 12 (403-426).
- Scarcella, R. (1979): On speaking politely in a second Language ON TESOL, pp 275-287.
- Schmidt, J. (1982): *Négociation et conclusion de contrats*. Dalloz.
- Searle, J.R. (1969): *Speech Acts*. Cambridge.
- Searle, J.R.(1976): A classification of illocutionary acts. In: *Language in Society* 5 (1-23)
- Tannen, D. (1984b): The pragmatics of cross-cultural communication. In: *Applied linguistics* 5 (3)(189-95).
- Thomas, J.: Cross-cultural pragmatic failure. In: *Applied Linguistics*, vol 4, no 2 (91-112).

Lærebøger vedrørende fransk handelskorrespondance:

- Audry, M. (1969): *Précis de correspondance commerciale*. Paris.
- Azzouz, Z. (1993): *170 lettres pour régler vos litiges*. Editions générales.
- Bajard, J.P (1987): *Les affaires en français*. Hatier.
- Blanc, J. (1994): *Scénarios professionnels 1*. Clé international.
- Bloch, H (1980): *Correspondance commerciale*, 3. éd. Paris.
- Corado, L. (1991): *Français des Affaires*. Hachette.
- Delbourgo, P. (1993): *French for business studies*. Pitman.
- Dobiecki, B. (1984): *Guide pratique pour communiquer par écrit*. Paris: Les éditions ouvrières.
- Fayet, M. (1991): *Le français commercial*. Dunod.
- Ferney, D. (1989): *French business correspondence course*. Macmillan.
- Garcia, A.M. (1989): *Anglais-Français guide bilingue de la correspondance commerciale et professionnelle*. Pergamon Press.
- Gérard, S. (1988): *La correspondance*. Nathan.
- Geoghegan, C (1988): *Handbook of commercial french*. Routledge.
- Giral, J. (1984): *Nouveau guide pratique de la correspondance commerciale moderne*. Garnier Entreprises.
- Girault, O. (1987): *Situations techniques et commerciales*. Hatier International.
- Goff, Claude le (1986): *French for business*. Hatier.

- Guback, D. (1984): *Français commercial*. Holt, Rinehart and Winston.
- Holm, H./Rasmussen, J. (1992): *Fransk Handelskorrespondance*. Schönberg.
- Lewis, David, W.P. (1988): *French for business and International Careers*. Lang.
- Lyne, A.A. (1985): *The vocabulary of french business correspondence*. Slatkine-champion.
- Marie, G. (1985): *L'entreprise son courrier*. Foucher.
- Vivien, G. (1986): *Le parfait secrétaire*. Paris: Nouvelle ed.

Bilag 1

Afsluttende hilsen: Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées

frekvens: 6%

beregningsgrundlag: 150

Afsluttende hilsen: Nous vous présentons, Messieurs, nos meilleures salutations (s vel med foranstillet som efterstillet adjektiv)

frekvens: 3%

beregningsgrundlag: 150

Afsluttende hilsen: Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression/assurance de notre considération

frekvens: 4%

beregningsgrundlag: 150

Afsluttende hilsen: Nous vous prions de croire, Cher Monsieur,   l'assurance/expression de nos sentiments dévoués

frekvens: 2%

beregningsgrundlag: 150

Afsluttende hilsen: Nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations empres es

frekvens: 2%

beregningsgrundlag: 150

Bilag 2

Skema 1

Valg af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger, generelt type 2

strategi	lille D	stor D	afsend. A	modt.A	D-trussel	I-trussel
A	2%	6%		8%	8%	
B						
E	4%	4%	2%	6%	6%	2%
F		19%		19%	19%	
M	6%	2%		8%	8%	
N						
R						
O	4%		4%			4%
OH	2%		2%			2%
RE	2%		2%			2%
ER	15%		8%	6%	4%	11%
EA						
EF						
EN						
AE						
AF						
FEA	2%			2%	2%	
MA	2%	4%		6%	6%	
MF	4%	4%	2%	6%	8%	
MR						
MAA	2%		2%			2%
HA	4%		2%	2%		2%
HM	2%		2%			2%
OB	2%		2%			2%
OE	2%		2%			2%

Beregningsgrundlag: 48

Skema 2

Valg af høflighedsstrategier i de afsluttende bemærkninger, generelt type 1

strategi	lille D	stor D	afsend. A	modt. A	D-trussel	I-trussel
A	3%	3%	3%	3%	3%	3%
B	1%			1%		1%
E	20%	14%	13%	22%	22%	12%
F	6%	3%	6%	3%	7%	1%
M						
N	6%			6%		6%
R	7%		7%			7%
O						
OH						
RE	7%	10%	9%	9%	10%	7%
ER	7%	1%	7%	1%	1%	7%
EA	1%		1%			1%
EF	1%	1%	1%	1%	1%	1%
EN	1%			1%		1%
AE	1%			1%	1%	
AF		1%		1%	1%	
FEA						
MA		1%		1%	1%	
MF						
MR	1%			1%	1%	
MAA						
HA						
HM						
OB						
OE						

Beregningsgrundlag: 74

Skema 3

Valg af høflighedsstrategier i afsluttende bemærkninger i forbindelse med afsluttende hilsen:

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, nos salutations distinguées

strategi	lille D	stor D	afsend. A	modt.A	D-trussel	I-trussel
A						
B						
E	21%	10%	16%	5%	10%	16%
F		5%		5%	5%	
M	5%			5%	5%	
N						
R	16%		16%			16%
O						
OH	5%		5%			5%
RE		5%		5%	5%	
ER	26%		26%			26%
EA	5%		5%		5%	
EF	5%		5%			5%
EN						
AE						
AF						
FEA						
MA		5%		5%	5%	
MF						
MR	5%		5%			5%
MAA						
HA						
HM						
OB						
OE						

Beregningsgrundlag: 19

Skema 4

Valg af høflighedsstrategier i afsluttende bemærkninger i forbindelse med afsluttende hilsen:

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments distinguées

strategi	lille D	stor D	afsend. A	modt.A	D-trussel	I-trussel
A						
B						
E		18%		18%	18%	
F	9%		9%			9%
M						
N						
R	9%		9%			9%
O						
OH						
RE	18%	18%	18%	18%	18%	18%
ER		9%		9%	9%	
EA						
EF						
EN						
AE						
AF		9%		9%	9%	
FEA						
MA						
MF		9%		9%	9%	
MR						
MAA						
HA						
HM						
OB						
OE						

Beregningsgrundlag: 11

