

Стогній І. В.,

*старший викладач кафедри сучасних європейських мов
Національної академії статистики, обліку та аудиту*

Никонорова Л. І.,

*старший викладач кафедри сучасних європейських мов
Національної академії статистики, обліку та аудиту*

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАПИСАННЯ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Анотація. Статтю присвячено аналізу стилістичної організації тексту ділового листа. Ділове листування є важливим елементом ділової комунікації. Саме від ділового листа багато в чому залежить пошук потенційних партнерів для подальшої співпраці, можливість встановлення ділових контактів, пошук нових ринків збуту продукції та надання послуг.

У статті розглядаються основні мовні засоби під час їх написання – стандартність, об'єктивність, логічна послідовність, ясність та чіткість викладу матеріалу, свобода від суперечностей, переконливість та лаконічність.

Ключові слова: діловий лист, документ, ділове спілкування, стилістичні особливості, мовні засоби.

Постановка проблеми. Процеси євроінтеграції охоплюють усе більше сфер суспільно-економічного розвитку України. Зважаючи на прагнення вітчизняних компаній вийти на міжнародний рівень, значна увага приділяється особливостям ділової кореспонденції, яка є важливою складовою частиною бізнесу та необхідним засобом комунікації у сфері ділового спілкування.

Актуальність дослідження полягає у необхідності вивчення стилістичних особливостей ділових листів з огляду на їх активне використання як однієї із найважливіших форм ділового спілкування. Саме вдало обрана форма документа, його стиль, вагомість змісту, протокольна відповідність оформлення, лаконічність, стилістика та інші важливі складники є виразником не тільки самого адресанта, а і його професійного рівня та високої поваги до адресата [1, с. 244].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обраної теми неодноразово ставали об'єктом дослідження учених-мовознавців, які вивчали вітчизняний та зарубіжний досвід із ведення ділової кореспонденції (Н.І. Гончарова, Т.Б. Гриценко, С.П. Бибик, А.Л. Котковець, Л.О. Пустовіт, В.І. Резніченко, В.І. Михно, С.І. Шевчук, С.Ю. Федюрко та ін.). Тому статтю присвячено узагальненню досліджень основних правил та вимог до складання тексту ділового листа.

Метою статті є аналіз стилістичної організації текстів ділових листів, систематизація наявних форм листування, виокремлення основних правил та вимог до форми і стилю ділової кореспонденції. Ділове листування є важливим елементом ділової комунікації. Саме від ділового листа багато в чому залежить пошук потенційних партнерів для подальшої співпраці у будь-якій сфері професійної діяльності, можливість встановлення ділових контактів, пошук нових ринків збуту продукції, надання послуг тощо. Через листи ведеться спілкування перед укладенням договорів, з'ясовуються відносини між підпри-

ємствами, йде обмін взаємовигідною інформацією, робляться пропозиції, викладаються претензії.

Виклад основного матеріалу. У країнах із розвинутою ринковою економікою та сталими традиціями діловий лист є невід'ємною частиною соціально-культурних відносин.

Основною метою ділових листів є досягнення певних домовленостей, але у кожному конкретному випадку автор переслідує певну ціль, що пояснює класифікації листів за функціональними та тематичними ознаками, адже офіційне листування може бути не тільки діловим (комерційним), а й дипломатичним та адміністративним [2].

Інформаційні технології стали необхідністю сьогодення, у сучасному діловому світі практично не існують компанії та фірми, які б не використовували електронне листування. Будь-яка переписка в Інтернеті, зокрема й за допомогою електронної пошти, може стати публічною та існувати у відкритому доступі за бажанням однієї із сторін. Грамотність і стилістика написання листа є однією із складових частин успішної роботи авторитетних фірм та компаній. Саме тому до написання ділових електронних листів висувуються ті самі вимоги, що й до традиційних, написаних на папері.

Автори посібника «Довідник-практикум офіційного дипломатичного, ділового протоколу та етикету» В.І. Резніченко та І.Л. Михно пропонують усі наявні види ділового листування умовно поділити на такі групи:

- внутрішньодержавне (міжвідомче) листування;
- внутрішньовідомче листування;
- інші сучасні форми ділового листування.

Першу групу документів становлять листи та інші форми листування, що циркулюють між різними установами (незалежно від статусу та форми власності): запит, відповіді на запити, супровідні листи, рекомендаційні, рекламні листи, листи-підтвердження, листи-вітання, листи-запрошення, листи вдячності тощо.

До другої групи належать службові записки, доповідні записки, пояснювальні записки, супровідні листи, подання, заяви, заохочувальні та спонукальні листи тощо.

Окрім цього, існує ще одна група листування, що є досить специфічною, умовно її можна визначити як *інші сучасні форми ділового листування*: телеграми, листівки, промови, тости, запрошення, вітання, візитні картки тощо.

Більшість вищезгаданих форм листування мають практично єдину структуру, тому, готуючи відповідний документ, необхідно це враховувати [1, с. 242].

Для виконання необхідного комунікативного завдання відбираються потрібні лексичні, граматичні та синтаксичні засоби

зі стилістичною метою. Але варто зазначити, що автор значною мірою обмежений у виборі таких засобів, оскільки службові листи належать до офіційно-ділового стилю, який є найменш індивідуалізованим [3].

Американський довідник для працівників федеральних служб «Прості листи (мова і стиль службових документів)» дає просту і водночас суттєву пораду: під час складання листів дотримуватися «правила чотирьох слів» – стислість, простота, ефективність, переконливість [4].

Певна річ, у кожній країні мають місце свої особливості оформлення документації, однак основні правила і вимоги до форми та стилю ділових листів мають багато спільного, сучасна ділова людина має вільно ними володіти.

Під час написання ділових листів слід враховувати, що особистий момент у документах має бути зведений до мінімуму (текст такого листа викладається не стільки від власного «я» (англ. I), скільки від власного «ми» (англ. we). Використання займенників «він, вона» (англ. he, she) вимагає особливої обережності, оскільки ці займенники знеособлюють суб'єктів дії, їх використання надає листу відтінок фамільярності.

Розглядаючи ділову кореспонденцію англійською мовою, необхідно зауважити, що під час складання ділових листів досить частими є використання інфінітивних конструкцій:

To understand the importance of this event you should know all the facts. – Для того, щоб зрозуміти важливість цієї події, вам слід знати всі факти;

герундію:

We insisted on the contract being signed immediately. – Ми наполягали на тому, аби контракт був підписаний якнайшвидше; дієприкметникових зворотів:

Having collected all the material we are able to write a full report on the work of the commission. – Зібравши весь матеріал, ми зможемо надати повний звіт роботи комісії, які є засобами мовної економії [5, с. 33].

Щоб зберегти об'єктивність змісту, тон ділового листа в усіх випадках має залишатися доброзичливим і нейтральним. При цьому використовується логічна, а не емоційна оцінка фактів, відсутні розмовні слова та вирази, діалекти, а також вигуки, модальні слова й імена з суфіксами суб'єктивної оцінки.

Під час складання ділових листів слід пам'ятати, що незалежно від змісту не слід підкреслювати значимість власного службового становища. Стиль листа повинен мати доброзичливий, партнерський характер, у якому б поєднувались етика спілкування та інтереси справи. Нетактовність, прояви неповаги до адресата у ділових листах неприпустимі. Водночас надмірна ввічливість також є поширеною помилкою під час складання ділових листів.

Логічна послідовність є однією із вимог до ділового листа. Усі частини ділового листа мають бути логічно пов'язані між собою із чітким дотриманням послідовності викладу основного матеріалу та визначенням порядком розташування змістових частин тексту (*привітання – salutation, вступ – opening paragraph, основна частина – body, заключна частина – closing paragraph, прощання – complimentary close*), поділом його на абзаци, пункти, підпункти. Таким чином, розбивка тексту ділового листа на абзаци показує логічний перехід від однієї думки до іншої, полегшує його сприйняття, дозволяє адресату подумки фіксувати зміст повідомлень, зосереджуватися перед черговою порцією інформації.

Стандартизація мови документів дає змогу скоротити кількість зайвої інформації, швидко та ефективно її опрацювати.

Основними лексичними засобами стандартизації мови ділових паперів (як для української, так і для англійської) є *канцеляризми та мовні кліше для привітання на початку листа*: *шановні пані та панове – Dear Sirs (Ladies and Gentlemen); шановний пане (пані) Браун – Dear Mr. (Mrs., Ms) Brown; шановні колеги – Dear Colleagues* тощо.

У сучасному діловому листуванні прийнято зазначати звання адресата чи вказувати на його професію:

Шановний пане Президенте – Dear Mr. President;

Шановний пане (пані) професоре – Dear Professor;

Шановний учителю – Dear Teacher тощо.

Зміст листа залежить від мети та цілей його написання. Однак у будь-якому випадку перший абзац листа формують *вступні фрази*, у яких висловлюється подяка за отриманий лист, удячність за співпрацю тощо:

дякуємо за лист від... (електронний лист) – thank you for your e-mail of...;

ми раді повідомити Вас про... – we are pleased (glad) to inform you that...;

ми були б раді мати можливість... – we would welcome the opportunity...;

Ділові листи не повинні бути надто довгими, викладати свої міркування слід чітко, по суті, лаконічно, лист також не може містити такого смислового навантаження, коли аргументи суперечать одне одному [6].

Важливою умовою успіху листа є логічність та послідовність викладу. Текст *основної частини* ділового листа має відповідати вимогам доступності, зваженості й однозначності розуміння, поваги до адресата, однак обов'язково мають бути вказані *причини* написання листа:

я пишу, щоб дізнатись... – I am writing to enquire about...;

я пишу Вам, щоб підтвердити... – I am writing to confirm...;

я пишу Вам у зв'язку з... – I am writing in connection with...;

тощо.

Залежно від змісту і характеру листа він може містити

– додаткові запитання:

я трохи не певен у... – I am little unsure about...;

я не зовсім зрозумів... – I do not fully understand what...;

чи не могли б Ви пояснити... – could you possibly explain...;

– перехід до іншої теми:

ми також би хотіли повідомити Вас про... – we would also like to inform you about...;

у відповідь на Ваше питання про... – in answer to your question (enquiry) about...;

мене також цікавить... – I also wonder if...;

– додаткові матеріали:

у прикріпленому файлі Ви знайдете... – attached you will find...;

ми додаємо... – we enclose...;

Ви знайдете прикріплений файл... – please find attached (for e-mails)...;

повідомлення поганих новин:

на жаль... – unfortunately;

боюсь, що... – I am afraid that;

мені жаль повідомити Вам, що... – I am sorry to inform you that;

прохання:

чи не могли б Ви... – could you possibly...;

я був би вдячний, якби Ви... – *I would be grateful if you could...*;

я б хотів отримати... – *I would like to receive...*;

пропонування власної допомоги:

чи можу я зробити...? – *would you like me to...?*;

якщо бажаєте, я з радістю... – *if you wish I would be happy to...*;

повідомте, якщо знадобиться моя допомога... – *let me know whether you would like me to... тощо.*

Вибір **завершальних речень** є також дуже важливим і залежить насамперед від змісту листа. Заключні речення мають допомогти сформувати позитивну думку про сам лист та його авторів.

Так, традиційними є **висловлювання сподівання на подальшу співпрацю**, на те, що викладена в листі інформація буде корисною і сприятиме розширенню ділових зв'язків, а також **нагадування про зустріч чи очікування відповіді:**

будемо вдячні за швидку відповідь... – *your early reply will be appreciated...*;

сподіваємось отримати вашу відповідь якнайшвидше... – *we are looking forward to hearing from you...*;

сподіваємось на подальшу співпрацю... – *we would like to maintain cooperation with you... тощо.*

Не слід забувати про **прощальні фрази**. Найчастіше в ділових листах уживаються такі сталі кліше:

з повагою... – *yours faithfully, faithfully yours, yours truly, truly sincerely, sincerely yours...*;

із найкращими побажаннями... – *best regards, best wishes тощо [7; 8].*

Висновки. Таким чином, необхідність виконання вимог до написання ділових листів є очевидною, адже лист засвідчує ставлення його автора до тієї чи іншої проблеми. Особистісний фактор загалом припустимий для прийняття управлінських рішень, але під час письмового їх оформлення, особливо під час інформування зовнішніх організацій чи партнерів слід дотримуватись певних етичних норм ділового стилю, культури письмового спілкування тощо. Звичайно, сфера, в межах якої здійснюється ділове листування, визначає його особливості й основні вимоги до нього. Проте, незважаючи на певну специфіку, ділове листування повинно:

– здійснюватися відповідно до чинного законодавства;

– мати зовнішні ознаки і структуру відповідного жанру ділового спілкування;

– складатися грамотно, ретельно, без виправлень;

– мати офіційно-діловий стиль викладу, включати переконливу аргументацію, точні і зрозумілі характеристики й висновки;

– містити об'єктивні відомості про висвітлені події та факти, супроводжуватись необхідними доказами, поясненнями, допоміжними матеріалами;

– відповідати вимогам і правилам підготовки документів тощо [9, с. 11].

Адже ділове листування сьогодні – це не тільки традиційні паперові документи або їх сучасні електронні аналоги, це ще й діловий імідж установи, який працює на неї не лише під час особистісного спілкування за столом переговорів, а й представляє її на відстані без обов'язкової безпосередньої участі.

Література:

1. Резніченко В.І. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету / В.І. Резніченко, І.Л. Михно. – К.: УНВЦ «Рідна мова», 2003. – С. 242–244.
2. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: [підруч.] / С.В. Шевчук. – К.: Літера ЛТД, 2003. – 480 с.
3. Котковець А.Л. Композиційна структура мовленнєвого жанру «Діловий лист» / А.Л. Котковець // Вісник НТУУ «КПІ». Серія «Філологія. Педагогіка». – 2014. – Вип. 3. – С. 31–36.
4. Гончарова Н.І. Документаційне забезпечення менеджменту: [навч. посіб.] – К.: Центр навч. літ-ри, 2006. – 260 с.
5. Крисанова Т.А. Лексико-граматичні особливості англійського та українського ділового листа: компаративний аспект / Т.А. Крисанова // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки: Мовознавство». – 2009. – Вип. 17. – С. 31–34.
6. Долініна Н.Г. Англійська мова: основи ведення бізнесу для студентів економічних спеціальностей, слухачів магістратури та ВШМБ: [навч. посіб.] / Н.Г. Долініна, І.В. Друзенко, З.М. Сучкова. – Харків: ВД «НЖЕК», 2006. – 320 с.
7. Тіллі Р. Ділове листування / Р. Тіллі. – К.: Знання, 2010. – 160 с.
8. Шух Е. Формули ділового мовлення / Е. Шух. – К.: Знання, 2010. – 160 с.
9. Бабиньєць М.М. Особливості ділового листування в менеджменті / М.М. Бабиньєць, І.В. Козубовська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота». – 2013. – Вип. 28. – С. 10–12.

Стогний І. В., Никонорова Л. І. Стилістическіе особенності написання деловых писем на англійском языкє

Аннотация. Стаття посвящена аналізу стилістической організації текста делового письма. Деловая переписка являється важним елементом деловой комунікації. Іменно от делового письма завсигит поиск потенціальных партнєров для дальнєйшого сотрудиннєчества, возмозможность установления чєтких деловых контактов, поиск новых рынков сбыта продукції, а также оказання услуг.

В статье рассматриваются основные языковые средства при их написании – стандартность, объективность, логическая последовательность, ясность и четкость изложения материала, свобода от противоречий, убедительность и лаконичность.

Ключевые слова: деловое письмо, документ, деловое общение, стилістическіе особенності, языковые средства.

Stohniy I., Nykonorova L. Stylistic features of English business letters

Summary. The article is devoted to the stylistic organization of a business letter. Business correspondence is an important element of foreign trade. Potential partners for cooperation, the possibility of establishing business contacts, finding new markets for products and services largely depend on business letter.

The article analyzes the stylistic text of the business letter. The basic language tools in their writing such as standardization, objectivity, logical consistency, clarity and clarity of presentation, freedom from contradictions, concise and convincing are also presented in the article.

Key words: business letter, document, business communication, stylistic features, language tools.