

УДК 316.7
DOI: 10.26140/knz4-2020-0901-0017

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2020
AuthorID: 680842
SPIN: 8728-9478

Рубцова Елена Викторовна, кандидат филологических наук,
доцент кафедры «Русского языка и культуры речи»
Курский государственный медицинский университет
(305041, Россия, Курск, ул. Карла Маркса, д. 3, e-mail: rubcova2@mail.ru)

Аннотация. В статье представлена информация об искусстве делового письма. Изучен предмет исследования как вид искусства. Автор приходит к выводу, что деловое общение занимает существенное место в современном обществе. С появлением компьютеров, спутниковых систем, мобильных средств связи переписка является основным средством коммуникации и занимает 80% рабочего времени при работе с документами. Как и много лет назад с помощью писем решаются производственные и коммерческие вопросы. Деловое письмо – это серьезное оружие в экономике, политике, производстве и в вопросах их взаимоотношений. Грамотное изложение текста, правильное оформление и следование этикету делового письма дает возможность не только наладить выгодное сотрудничество, но и увеличить репутацию. В статье определены основные функции делового письма, дана их характеристика. Автор детально представляет классификацию деловых писем и их отличительные особенности. В статье изучается история становления искусства делового письма в России от этапа его зарождения до сегодняшних дней.

Ключевые слова: деловое письмо, современное общество, деловая корреспонденция, общественная роль, история, переписка, классификация, искусство, специфика, электронные письма, документовед, взаимоотношения.

FEATURES OF BUSINESS CORRESPONDENCE AND ITS ROLE IN MODERN SOCIETY

© 2020

Rubtsova Elena Viktorovna, candidate of philological sciences, assistant professor
of the «Russian Language and Speech Culture» department
Kursk State Medical University
(305041, Russia, Kursk, Karl Marx Street, 3, e-mail: rubcova2@mail.ru)

Abstract. The article provides information about the art of business writing. The subject of research is studied as a form of art. The author concludes that business communication occupies a significant place in modern society. With the advent of computers, satellite systems, mobile communications, correspondence is the main means of communication and takes 80% of the working time when working with documents. As many years ago, letters are used to resolve production and commercial issues. A business letter is a serious weapon in economics, politics, production and in matters of their relationship. Proper presentation of the text, proper design and following the etiquette of a business letter makes it possible not only to establish profitable cooperation, but also to increase the reputation.

The article defines the main functions of a business letter, gives their characteristics. The author presents in detail the classification of business letters and their distinguishing features. The article studies the history of the development of the art of business writing in Russia from the stage of its inception to the present day.

Keywords: business letter, modern society, business correspondence, public role, history, correspondence, classification, art, specifics, emails, document manager, relationships.

ВВЕДЕНИЕ

Основным и необходимым каналом связи между предприятиями, организациями, учреждениями, их каналом общения с внешним миром является деловое письмо. Деловое письмо необходимо для передачи информации и направлено на образование отношений, их сохранение, а в некоторых случаях и их прекращение. Деловая переписка является, наверное, самым важным и главным средством взаимодействия в абсолютно любом бизнесе и сильным рычагом воздействия одних его субъектов на другие. Важно уметь вести деловую документацию, уметь собирать, обрабатывать и распространять служебную информацию. Грамотное изложение текста, правильное оформление и следование этикету делового письма дает возможность не только наладить выгодное сотрудничество, но и увеличить репутацию.

Сегодня работу любой организации, предприятия невозможно представить без работы с документами, на это тратится значительная часть рабочего времени.

Лингвисты и люди, которые непосредственно работают с деловыми письмами, считают, что в России не развито обучение деловому письму и служащие не умеют их писать, начиная от служебной записки и заканчивая письмом-ответом. На этом их схожее мнение заканчивается, так как служащие считают, что западное влияние оказывает положительный результат, а лингвисты считают серьезной проблемой переход к западным стандартам. Например: на западе не употребляют в речи отчество, используют в письме цитаты из книг. Одним словом творчески подходят к написанию делового письма.

Тогда как в России тысячелетиями формировалось деловое письмо, приводилось к единому стандарту и оттачивались деловые формулы.

В целом деловую переписку можно назвать искусством, потому что осуществлять ее надо грамотно, с соблюдением всех условий, а этому необходимо учиться. При написании письма, прежде всего мы думаем только о том, чтобы была изложена вся информация, а про то, что письмо можно считать лицом организации, забываем. Доброжелательность, искренность и естественность имеет большое значение. Каждое слово в письме желательно «примерять» на себя, и если возникают сомнения, отказаться от этого высказывания, так как это может вызвать отрицательную реакцию у получателя. Особенности делового письма, его функциональным возможностям, роли в современном обществе, а также методике написания делового письма посвящены работы отечественных и зарубежных авторов [1-19].

Письма помогают провести предоговорные диалоги, выяснить взаимоотношения между предприятиями, в письмах выражаются претензии и жалобы, излагаются просьбы, оформляются приглашения осуществить содействие в этих либо других событиях. Письма сопровождают материальные ценности, важные документы. Независимо на существование передовых технологий форм связи: электронной почты, спутниковой связи, сотовой и пейджинговой связи, которые, безусловно, усиливают скорость передачи данных, ее обработки и интерпретации, роль делового письма, написанного на бумаге и отправляемого по почте, никак не уменьшает-

ся. Деловое письмо на бумажном носителе по-прежнему является более надежным и доступным. Существеннее является и психологический фактор: намного приятнее получить хорошо оформленное письмо на бланке, нежели безликое послание. Таким образом, деловое письмо - перспективный элемент документооборота.

МЕТОДОЛОГИЯ

Актуальность темы определяется тем, что деловое общение занимает существенное место в современном обществе. Концепция делового общения считается одним из стремительно развивающихся течений лингвистики. В то же время искусством деловой речи владеют не многие.

Задачи исследования: изучить деловое письмо, как предмет искусства в служебной корреспонденции, определить основные функции делового письма, рассмотреть классификацию деловых писем и специфику в написании делового письма.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Во все времена человек ведет переписку, старается рассказать о своих мыслях, передать свои впечатления. В древние времена люди писали на глиняных табличках, берестяных грамотах, писали на пергаменте. Многие виды писем существуют уже тысячи лет. В России официально-деловая речь имеет многовековой исторический путь.

На Западе еще в 7 веке были «формулярники» - это описание реквизитов документа, в определенной последовательности, в России же они появились в 10-14 веках. Это первый этап развития делового письма. В то время фиксировались только правовые отношения. Второй этап - это 15-17 века. Этап делопроизводства. В этот период официально-деловая речь приобретает устойчивые формулировки, появляются информационные элементы-реквизиты и определяется их место в документах.

В 1720 г. Петром I был подписан «Генеральный регламент», который определял всю систему документооборота и закрепил делопроизводство за канцелярией. Это был третий этап.

Этап четвертый - этап министерского делопроизводства. В 1811 г. выходит документ «Общее учреждение министерств». В это время появляются документы с угловым расположением реквизитов, складывается краткий порядок изложения, и появляются «письмовники». В начале их еще называли «азбуки-прописи» для писцов.

В СССР важность искусства делового письма недооценивалось. В связи со сменой государственного аппарата встал вопрос о приведении делопроизводства в соответствии с вновь созданными государственными структурами. Были разработаны новые стандарты документов. И только к 80-м годам была создана единая государственная система документации.

Появились новые виды и формы документов, такие как, например: резюме, оферта и т.д. Поменялся язык и стиль документов. В оформлении и переработке документов появились новые информационные технологии.

Служебное письмо это общее название разных по смыслу документов, оформленных в соответствии с ГОСТом, пересылаемых по почте, по факсу или другими способами. Именно правильно проведенные деловые переговоры, умело оформленное соглашение или грамотное обоснование того или иного предложения в итоге определяют успех предпринимательской деятельности. Документовед, не знакомый с главными факторами делового общения, не имеет право считать себя профессиональным специалистом.

Специфика делового письма заключается в официально-деловом стиле, это и есть его главная отличительная особенность. Для передачи информации необходимо наличие участников управленческой деятельности, это отправитель и получатель деловых писем.

При составлении делового письма необходимо помнить о следующих обстоятельствах:

- деловое письмо - это письмо организации в лице ее руководителя;
- сотрудники организаций придерживаются субординации в отношениях;
- в деловой переписке обсуждаются рабочие вопросы;
- документы, содержащие служебную информацию, отправляются определенному адресату.

Поэтому деловые письма имеют официальный обличительный характер, конкретного адресата, содержат актуальную информацию.

Официально-деловой стиль широко применяется в государственных учреждениях и значительно отличается от книжного стиля. Деловая речь используется в написании законов, указов, приказов, соглашений, договоров и распоряжений, различных учреждениях. Под влиянием социального изменения общества данный стиль подвергается значительным изменениям, но в любом случае он отличается от других стилей речи своей традиционностью, замкнутостью, конкретностью, объективностью, официальностью и своими стандартами.

Текст делового письма должен содержать не более двух вопросов, излагать его нужно точно и понятно, исключать двоякое толкование и разночтение информации. Приветствуется ясное, краткое, лаконичное изложение письма.

Как сделать правильный выбор в стиле письма? Для начала необходимо определить правильный стиль общения:

1) личный стиль, разговор на равных. В данном стиле выделяются индивидуальные качества написавшего письмо, применяются личные местоимения, прямое обращение. Например: Я искренне признаю свою вину и обещаю, что подобного больше не произойдет.

2) формальный стиль, разговор свысока. Когда прослеживается субординация и сила автора, которую читатель принимает. Заменяются личные местоимения на абстрактные.

Деловые письма составляются по различным поводам и имеют множество разновидностей. Письма бывают простые и сложные по содержанию. Простые в большинстве своем не требуют ответа от получателя. Сложные же могут быть длинными, содержать несколько пунктов и подпунктов, то есть информация в них развернутая и излагается поэтапно.

В классификаторе писем насчитывается до 30 видов деловых писем. В свою очередь они разделяются на некоммумерческие и коммерческие.

Некоммумерческие деловые письма:

- письмо-просьба. Это широко применяемый вид письма. При составлении данного вида письма в первую очередь необходимо изложить мотивы вашего обращения и суть просьбы. Важно подчеркнуть заинтересованность организации в ее исполнении.

- письмо-сообщение. Этот вид письма служит для передачи определенной информации и не требует ответа или подтверждения со стороны адресата. Важно не забывая сообщить адресату, что при необходимости он имеет возможность обратиться к вам за дополнительной информацией. Эту пометку делают в конце текста.

- письма-подтверждения. Данный вид письма обычно направляется получателю для подтверждения какого-либо факта или в ответ на просьбу. Тогда лучше начинать со слов «Прошу подтвердить...» или «Настоящим подтверждаю». Письма-подтверждения немногословны, так как имеется определенный повод для написания. Еще очень важно в данном виде письма воздержаться от встречной просьбы что-либо подтвердить.

- сопроводительное письмо. Это письмо составляется при отправке адресату документов или материальных ценностей. В них имеется информация к приложенным документам и их перечню. В перечне документах обычно указывается информация о названиях, количестве и объеме прилагаемых документов. Начинать такие пись-

ма необходимо со слов «Направляю» или «Высылаю».

- письма-поздравления. Этот вид письма относится к категории личной деловой переписки. Поскольку не всегда имеется возможность поздравить деловых партнеров лично или по телефону. Поздравительное письмо оформляется на поздравительном бланке или открытке. При составлении данного вида письма должен преобладать творческий подход. Письма-поздравления направляются по следующим случаям: день рождения адресата (дата основания организации), государственные или профессиональные праздники, назначение на должность или присвоение звания, награждение, заключение взаимовыгодных партнерских соглашений. Поздравление может быть как персональным, так и массовым, это зависит от случая.

- письмо-приглашение. В нем указывается время, место и дата проведения мероприятия и цель приглашения, а в некоторых случаях, если это необходимо, важно указать, что ожидают организаторы мероприятия от адресата. Во избежание недоразумений необходимо данный вид писем высылавать заранее, можно уведомить адресата о необходимости подтверждения участия в мероприятии.

- письма-извинения. Такой вид писем встречается довольно редко в деловой переписке. Тем не менее, он может оказаться незаменимым, в случаях, если нет других способов для принесения формальных извинений и нормализации отношений.

- имиджевые-письма. Служат для укрепления деловых отношений между автором и адресатом. Важность данного вида писем заключается в засвидетельствовании адресата своего внимания без формального повода, связанного с каким-либо позитивным событием.

- письмо-благодарность. Это письмо так же относится в личной деловой переписке и оформляется на специальном бланке или открытке. Такие письма пишутся в дружеско-официальном стиле, с целью выразить адресату благодарность за выполнение какого-либо рода деятельности. При желании можно перечислить и другие заслуги адресата. Завершается такое письмо личной подписью отправителя, а некоторых случаях и печатью организации.

- письма-рекомендации. Чаще всего эти письма представляют собой личной отзыв работодателя о работнике, для предъявления потенциальному работодателю. В этом случае необходимо обратить внимание на мотивы обращения и изложить, в том числе достоинства рекомендуемого, с целью создания объективного впечатления.

Рекомендательные письма обязательно должны содержать подтверждающую информацию о факте и сроке работы, о занимаемой должности и обязанностях. Следует включить краткую характеристику профессиональных, деловых и личностных качеств работника. Можно отразить его уровень знаний, трудолюбие, достижения, инициативность, эмоциональную устойчивость и лидерские качества. Важно указать и причину изменения места работы. В выводе письма-рекомендации приводятся общая оценка деловых качеств и рекомендации к занятию конкретной должности. Контактные реквизиты подписавшего обязательны. Рекомендательное письмо может быть составлено частным лицом и новый работодатель захочет с ним связаться, для уточнения информации.

- письма-согласия. Данное письмо пишется только в тех случаях, когда ответ просит сам адресат, либо это явно видно из содержания письма.

- письма-резюме. Важно помнить, что основная часть этого письма, это не описание достоинств, а презентация специалиста работодателю. Начинать нужно с мотива обращения, а заканчивать с указанием контактной информации. Не может быть единого резюме для всех организаций. Каждый раз необходимо вносить изменения и делать акцент на качества, которые ценятся на новой

работе. Информация должна быть достоверной, сжатой и конкретной. Наличие фотографии в резюме приветствуется. Ясная формулировка и краткое изложение – это показатель высокого уровня культуры делового письма.

- информационное письмо. Такое письмо сообщает адресату сведения официального характера. Используется при установлении первичного контакта с адресатом, которому предоставляется информация. Информационное письмо зачастую носит типовой характер. Помимо официальной информации, оно включает в себя предложения и рекомендации.

Коммерческие деловые письма:

- письма-запросы. С данного вида писем начинается работа по заключению соглашений между партнерами по служебно-деловой переписки. Как видно из названия они предназначены для обращения лиц с целью получения соответствующей информации. Важно отметить, что письма-запросы предполагают обязательный ответ адресата в письменном виде по существу вопроса и в срок указанный в запросе или установленный нормативно-правовыми документами. Не лишним будет предварительно пояснить цель запроса.

При заказе товара или услуг в запросе обязательно указывается его наименование, количество, качество товара и условия его оплаты. Данный вид коммерческой корреспонденции являются в письменной речи реализацией двусторонней связи, то есть необходим ответ.

- письмо-ответ. Выступает как зависимый от запроса или просьбы по тематике текст. Ответ может быть как положительным, так и отрицательным. В последнем случае пишется письмо-отказ. Необходимо делать ссылку на первичное письмо и его тему и главное, чтобы в них совпадала последовательность изложения информации. Рекомендуются использовать те же речевые обороты, ту же лексику, что использовал автор, при условии, что письмо-просьба написано грамотно. В случае написания письма-отказа будет правильным начинать с обоснования отказа. Так как нельзя просто отказать. Особенности написания такого вида письма указаны выше.

- письма-предложения или еще их называют оферта. Цель данного письма официальное предложение адресату относительно поставки продукции. Отличительной особенностью данного письма это указание условий обмена товарами (услугами). Оно должно содержать предложения (условия), чтобы вести переговоры по заключению контракта купли-продажи. Эти же условия в дальнейшем будут являться обязательными для контракта. К условиям можно отнести: наименование товара, его количество, качество и цена, условия и сроки поставки и платежа. В данном виде письма не маловажно правильно сделать акцента на положительную репутацию адресата, так как главная цель получить очередной заказ.

- письма-заказы. Представляют собой ответ на оферту. Цель данного письма получить заказ. При изложении письма важно отметить мотивы своих действий. Допустимым является пожелание относительно сроков исполнения заказа.

- письмо-претензия (рекламация), ответ на него. Этот вид письма редкое явление в деловой переписке. Претензия предъявляется в связи с неудовлетворительным исполнением обязательств по договору. Рекламация обязательно должна содержать основания претензии, доказательства ущерба и требования о возмещении убытков и сроки его исполнения. В большинстве случаев это акт удостоверенный печатью и подписями должностных лиц.

- письмо-презентация. Рекламное коммерческое письмо, цель, которой презентовать какую-либо продукцию, организацию или персону. Презентация носит открытый характер и рассчитана на широкую публику.

Для того чтобы отправить письмо на бумаге нужно было идти на почту, но в современном мире можно отправить письмо, сидя на своем рабочем месте с помо-

щью электронной почты с персонального компьютера или даже телефона. Электронные письма представляют огромные возможности для общения, в том числе и для деловых писем.

У электронных писем есть своя специфика и свои функциональные возможности [20].

Необходимо позаботиться, чтобы ваш логин (адрес) выглядел солидно, так как это является лицом не только вашим, но и организации. Важно заполнять поле «Тема», это является заголовком письма. Он должен отражать суть послания и состоять из 3-5 слов. Это первое, что увидит получатель, после адреса отправителя и от него зависит, откроют ваше письмо или нет.

Электронные письма не надо писать объемные, это еще одно правило. Чем короче письмо, тем на него быстрее ответят. Деловое письмо должно быть точным, конкретным и лаконичным. Это экономит время адресату и дает понять, что вы умеете точно излагать свою мысль. Перед отправлением обязательно надо проверить свое письмо на наличие грамматических ошибок.

Использовать надо только стандартный шрифт, никакого выделения жирным шрифтом, больших букв и использования разных цветов. Обязательно также ставится подпись, которая включает имя и фамилию отправителя, его должность, название компании, их адрес и контактный телефон. Наличие электронной подписи это хороший тон и говорит о вашем профессионализме.

Вместе с электронным письмом, возможно, отправить приложенные документы в виде файла. Не вкладывают файлы формата EXE, PIF, BAT, COM, CMD, SCR, так как эти форматы в большинстве случаев блокируются серверами, и адресат их не сможет прочесть. В случае отправления вложения большого размера, есть необходимость уточнить у адресата, поместится ли такой файл в его почтовый ящик.

Электронная почта дает широкий круг возможностей, позволяет общаться в режиме диалога и даже в режиме телеконференций.

ВЫВОДЫ

Деловая переписка существовала во все времена. В современном мире деловое письмо необходимое средство связи, используемое всевозможными организациями. Деловое письмо - это официальное сообщение, с помощью которого передается информация, решаются своевременные вопросы и задачи, возникающие в управленческой и коммерческой деятельности. Содержание делового письма излагается официально-деловым стилем, это и есть его главная отличительная особенность. Специфика данного стиля проявляется в акценте на официальность и деловитость, что необходимо в должностной субординации при написании деловых писем. Деловые письма обладают информационной, организационной и воспитательной функцией.

Документовед, не знакомый с главными факторами делового общения не имеет право считать себя профессиональным специалистом, так как грамотно составленное деловое письмо – это показатель образовательной подготовки, дисциплины исполнителя, грамотность руководителя и имиджа компании.

Деловое письмо самый распространенный вид документов и от того насколько текст письма написан грамотно и корректно зависит решение важных вопросов и успех предприятия в целом. Для того, чтобы грамотно его составить необходимо овладеть искусством делового письма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Басовская Е.Н. О языке служебных документов. Делопроизводство. Учебное пособие / Е.Н. Басовская, Т.А. Быкова, Л.М. Вялова, Е.М. Емышева; под общ. ред. Т.В. Кузнецовой. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 256 с.
2. Безручко П.С. Без воды. Как писать предложения и отчеты для первых лиц. М.: Библиотека ЭКОПИ. Изд-во: АльпинаПаблицер, 2018. 192 с.
3. Веселов П.В. Аксиомы делового письма. М.: Маркетинг, 1993. 147с.
4. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности.

М.: Изд-во стандартов, 1990. 160 с.

5. Добсон Э. Как писать деловые письма. Пер. с англ. Н. Чистяковой. 2-е изд. Челябинск: Урал LTD, 1998. 292 с.

6. Загорская А.П. Письмовник для ведения деловой корреспонденции / А.П. Загорская, П.Ф. Петроченко, Н.П. Петроченко. М.: Моск. рабочий, 1992. 247с.

7. Зинсер У. Как писать хорошо: Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов. М.: Альпина Паблицер, 2013. 292с.

8. Карепина А.В. Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 248 с.

9. Кирсанова М.В., Аксенов Ю.М. Курс делопроизводства. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 256 с.

10. Колтунов М.В. Деловое письмо: Что нужно знать составителю. М.: Дело, 1999. 111 с.

11. Кузнецова А.Н., Вагенгейн Р.Н. Машинопись: Практ. Пособие. М.: Высшая школа: Академия, 1999. 319 с.

12. Кузнецова Т.В., Санкина Л.В., Быкова Т.А. Делопроизводство (Организация и технологии документационного обеспечения и управления): Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 359 с.

13. Паневчик В.В. Деловое письмо: Практ. Пособие. Минск : Амалфея, 2000. 159 с.

14. Печникова Т.В., Печникова А.В. Практика работы с документами: учеб. пособие. М.: Тандем: ЭКМОС, 2000. 319 с.

15. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М.: Высш. шк., 1982. 259 с.

16. Румынина Л.А. Делопроизводство: Учебник для студ. учреждений сред. проф. образования, обучающихся по юридическим специальностям. М.: Мастерство, 2002. 208 с.

17. Соломатина О. Писать легко: как сочинять тексты, не дожидаясь вдохновения. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 144с.

18. Тейлор К. Основы делопроизводства в современном бизнесе. М.: Финансы и статистика, 1997. 176 с.

19. Теплер Р. Как овладеть искусством делового письма: 250 записок в помощь менеджеру. М.: Аудит: ЮНИТИ, 1994. 231 с.

20. Рубцова Е.В. Функциональный анализ цифровой коммуникации // Региональный вестник. 2018. №4. С.15-17.

Статья поступила в редакцию 23.01.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020