

Н. А. Сметанина, Л. Б. Голова, А. В. Колотурская  
Екатеринбург, Россия

### ЭТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ В XIX—XXI ВВ.

**АННОТАЦИЯ.** Ставится цель установить, как современные средства коммуникации, позволяющие практически мгновенно обмениваться сообщениями, в том числе письменными, повлияли на жанровые аспекты делового письма. К деловым письмам в XIX в. обычно относили документы, составленные для разрешения или урегулирования какого-либо спора или процесса, а также для установления, соблюдения и определения прав, обязанностей или свобод партнеров. Различались стили публичных и частных дел. Первый был связан с государственными делами, стиль частных дел представлен деловыми письмами всех видов: коммерческими письмами, облигациями, расписками, счетами, объявлениями, свидетельствами и др. В XIX в. текст типичного коммерческого письма делился на три основные части: начало (вступление), содержание и конец. В начале письма, которому предшествует адрес получателя, место и день составления, упоминают дату последнего или всех последних оставленных без ответа писем делового партнера или дату последнего письма, ответа на которое еще не поступило. Рост объемов документооборота в наши приводит к унификации стиля и особенностей построения документов, к увеличению частотности употребления языковых формул, клише. По сравнению с XIX в., в современной деловой переписке чаще используется отраслевая терминология. Наблюдается тенденция к предельному сокращению письма до следующей формулы: «Dear Sir/Madam» — суть вопроса — «Yours faithfully» или «Best regards». Делается вывод, что, как демонстрирует деловая переписка, этические принципы и нормы, преобладающие в XIX в., остаются актуальными и в XXI в.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** деловая переписка; коммерческое письмо; деловой стиль; стилистический аспект; этика.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Сметанина Наталья Александровна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: nataliasmetanina@yahoo.com.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Голова Людмила Борисовна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: golova.ludmila@yandex.ru.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Колотурская Анастасия Викторовна, ассистент, кафедра лингвистики и профессиональной коммуникации на иностранных языках, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; адрес: 620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: anastacia39@yandex.ru.

Умение искусно излагать свои мысли, в частности на бумаге, всегда высоко ценилось. Многие романы писались в эпистолярном жанре. Вплоть до второй половины XIX в. переписка являлась единственным способом общения на расстоянии. Сейчас благодаря современным средствам коммуникации необходимость общаться посредством писем резко снизилась. Однако это не относится к электронной переписке и так называемому онлайн-общению, которое все больше приобретает черты разговорной речи, характерные для обычной беседы.

Цель нашей статьи — сравнение норм написания делового письма в XIX и XXI вв. Один из существенных вопросов — влияние на эти нормы технических средств, физической формы послания. Мы определим основные характеристики делового письма, рассмотрим, какие новые черты оно приобрело в новом тысячелетии, какими этическими нормами руководствуются авторы таких писем, а также опишем стилистические параметры деловых писем.

К деловым письмам в XIX в. относили документы, созданные для разрешения или урегулирования какого-либо спора или процесса, а также для установления, соблюдения и определения прав, обязанностей или свобод партнеров. Подходящие под это определение сочинения принято относить к деловому стилю, в рамках которого выделяются стиль публичных и стиль частных дел [Хоффман 2003: 56—57]. Первый связан с делами государства. К сочинениям стиля частных дел принято относить деловые письма всех видов: коммерческие письма, облигации, расписки, счета, объявления, свидетельства и др.

В XIX в. текст типичного коммерческого письма делился на три основные части: начало (вступление), содержание и конец. В начале письма, которому предшествует адрес получателя, место и день составления, упоминают дату последнего или всех последних оставленных без ответа писем делового партнера или дату последнего письма, ответа на которое еще не поступило. В случае если обмен письмами вызывался торговыми отношениями или если переписка надолго прерывалась, было необходимо в начале письма ознакомить получателя с положением дел и обстоятельствами, которые побудили автора писать ему, или сообщить о причине перерыва в деловых отношениях [Хоффман 2003: 67].

Наличие различных видов коммерческих писем обуславливалось разнообразием деловых отношений. Для писем, содержанием которых были ходатайства, соглашения, заявления и т. д., существовали до сих пор действующие общие правила, учитывающие своеобразие коммерческого стиля. В качестве справочного издания мы обратились к книге «The Art of Correspondence English and French» [Sadler 1865], которая в XIX в. во многих учебных заведениях служила методическим пособием.

П. Садлер считает, что письмо занимает промежуточное положение между научной и популярной литературой. Не существует темы, на которую нельзя высказаться в форме письма [Sadler 1865: 2].

П. Садлер утверждал, что первым и главным требованием для письма являются простота и естественность, так как «чопорный и тяжеловесный стиль неуместны в письме, как и в разговоре.

Но это, однако, не запрещает автору письма быть живым и остроумным. Эти черты придают изящество как письму, так и разговору, особенно когда они являются естественными, а не заученными; когда употреблены к месту, а не по необходимости» [Sadler 1865: 10]. Кроме того, деловое письмо должно быть четким и кратким, насколько это возможно. Далее П. Садлер пишет, что простота и четкость — неотъемлемые составляющие делового письма, потому что «человек, желающий всегда блистать, как в письмах, так и в разговоре, будет нравиться недолго» [Там же: 12]. Таким образом, краткость и четкость — два основных требования. Нужно писать лишь то, что необходимо, и ничего больше. По мнению П. Садлера, ключевым является умение избегать любого рода двусмысленности, способной привести к искажению смысла и отсутствию взаимопонимания. Относительно краткости изложения П. Садлер приводит интересный пример: «Длинное письмо, избилующие ученые терминами, и короткое, в котором сказано лишь необходимое, можно сравнить с двумя джентльменами, обратившимися к даме с просьбой о щепотке табака. Первый джентльмен обратился к ней со следующей пышной речью: „Мадам, позвольте опустить кончики пальцев в ваше душистое хранилище, чтобы взять из него несколько мельчайших крупинок, которые смогут приятно пощекотать мои органы обоняния“. Пока леди пыталась понять, что первый имел в виду, второй джентльмен сказал: „Мадам, не могли бы Вы угостить меня щепоткой табака?“ Его просьба была удовлетворена раньше того, как леди поняла, что первый джентльмен имел в виду» [Там же: 22].

Простота и естественность остаются необходимыми условиями в написании писем и сейчас. Ш. Тейлор пишет, что «лаконичность — основное правило в написании делового письма», аргументируя это следующим: «...длинное, непонятно написанное сообщение способно вызвать раздражение из-за потраченного на его прочтение времени» [Тейлор 2002: 14]. Считали обязательной лаконичность и авторы пособия, выпущенного в 1970-х гг. под руководством канцелярии Белого дома, «Простые письма», полагая, что расточительство в словах ведет к расточительству в деньгах. Письмо идеального объема должно укладываться в одну страницу. Нельзя не учитывать того факта, что официальное письмо — это не развлекательное чтение, а документ, в котором содержится информация, побуждающая к определенным поступкам. В большинстве случаев отказ от излишних слов и выражений делает письмо четче, яснее, более легким для восприятия. В современном мире деловое, или, как его иногда называют, коммерческое письмо является неотъемлемой частью деловой документации и средством общения между организациями, поэтому должно содержать лишь необходимую информацию. Мы также считаем вышеописанные нормы и требования лаконичности, четкости и простоты, предъявляемые П. Садлером и Ш. Тейлор к деловому письму, ключевыми.

П. Садлер считает, что лучшие письма — это те, «что написаны с великолепной легкостью, потому что всегда идет легко то, что диктует

сердце или воображение» [Sadler 1865: 6]. Однако автор считает нужным оговориться: необходимо помнить, что рекомендуемые в эпистолярном жанре простота и легкость не должны быть поняты как небрежность. Даже при сочинении письма самому близкому другу необходимо уделить некоторое внимание предмету и стилю письма. Это своего рода проявление уважения как к себе, так и к другу. Неосторожное слово в разговоре может забыться, но необходимо помнить, беря ручку в руку, «что написанное пером не вырубить топором». Простота, четкость и уважение к партнеру, бесспорно, остаются необходимыми требованиями и сегодня. Следование данным нормам считается проявлением уважения к себе и к адресату. Неосторожное, неподходящее слово в разговоре может не привлечь к себе внимание, забыться. Однако неуместное выражение в письме однозначно привлечет к себе внимание.

На одном из наиболее авторитетных русскоязычных сайтов, посвященных тонкостям деловой корреспонденции [Деловая переписка], сформулированы этические нормы, которыми должен руководствоваться пишущий деловое письмо, и главная из них так же, как и в XIX в., «корректность и уважение к партнеру»: «Даже если целью письма является высказывание претензии, его текст не должен содержать грубых слов и некорректных выражений, способных обидеть контрагента. Заботясь о поддержании достоинства своего адресата, вы, таким образом, сохраняете свое собственное» [Там же].

Интересно заметить, что и в XIX, и в XXI в. авторы пособий (например, П. Садлер, Ш. Тейлор, Л. Лагхид, И. А. Бурова) считают необходимым сделать оговорку по поводу повсеместно используемых сокращений. Так, П. Садлер пишет, что при написании письма человеку, более высокому по статусу, следует избегать таких сокращений, как *I've, I'd, can't, don't* и т. д. Он также считает неуместным использование в письме постскриптума ввиду его чрезмерной фамильярности. Т. Б. Назарова также рекомендует отказаться от использования различного рода сокращений, аргументируя это тем, что они «присущи разговорному стилю» [Назарова, Левина 2006: 19]. Однако С. Г. Тер-Минасова в своей работе «Язык и межкультурная коммуникация» отмечает уместность употребления лексических и графических сокращений [Тер-Минасова 2000: 54], поскольку длинные слова и словосочетания неудобны в речи и затрудняют понимание. Опираясь на личный опыт, мы хотели бы отметить, что, несмотря на категоричность приведенных мнений, сокращения все же часто встречаются в деловых электронных сообщениях. Постскриптум в современных деловых письмах тоже используется достаточно часто и не является индикатором фамильярности. Мы не разделяем точку зрения Т. Б. Назаровой на этот вопрос, считая, что в процессе общения посредством электронной почты различного рода сокращения вполне уместны, поскольку экономят время и облегчают восприятие текста.

П. Садлер не раз подчеркивает в своей книге необходимость дифференцировать простой и фамильярный стили — «понятия отнюдь не сино-

нимичные» [Sadler 1865: 16]. Автор поясняет, что можно просто и лаконично писать людям самого высокого положения, но, конечно же, в письме необходимо выражать уважение к статусу адресата, и следовательно, выдвигается требование «благоразумия, когда мы пишем тем же языком, что нам равным, людям, занимающим более высокое положение. Влиятельные люди очень ревностно относятся, и этому есть основания, к своему происхождению, состоянию или занимаемому положению» [Sadler 1865: 16]. Основные требования к стилю написания, языку и общему настрою современного делового письма состоят в том, что все письмо должно демонстрировать как радушие, так и достоинство [Бурова 2010: 89]. Письма, написанные в таком ключе, создают у читающего впечатление об искренности и дружеском расположении адресанта. Однако в случае злоупотребления радушием письмо может вызвать обратный эффект, и читающий потеряет к нему интерес. Следует также сделать оговорку относительно тона письма, который может меняться в зависимости от содержания. И. А. Бурова дифференцирует общий настрой писем разного характера. Так, письма, направленные государственным деятелям и официальным лицам, разительно отличаются от писем друг к другу людей, общающихся определенное время.

П. Садлер рекомендует отказаться от использования (даже в письмах личного характера) игры слов и острот, так как подобные элементы требуют особого мастерства: «Лучше пожертвовать шуткой, нежели рискнуть чем-то большим» [Sadler 1865: 18].

Правила субординации остаются актуальными и сейчас. Н. Ермилова пишет о важности использования отчества при обращении к малознакомому или незнакомому вовсе партнеру, а также о необходимости прибегать к обращению «Уважаемый» [Ермилова 2004]. В русскоязычной культуре обращение по отчеству — знак уважения и дополнительный способ жанровой дифференциации. Отметим, однако, что в деловом сообщении довольно быстро закрепляется западный стандарт (обращение лишь по имени). Также при выражении просьбы, предложения, напоминании и другом в деловом письме могут использоваться местоимения *Вас*, *Вам* или *Вами*, которые смягчают высказываемую просьбу, снимают излишнюю категоричность и в то же время демонстрируют уважительное отношение к адресату.

П. Садлер в качестве примера приводит ряд устойчивых языковых оборотов и клише, служащих своего рода маркерами официально-делового стиля, например: «Уважаемые господа», «С наивысшим уважением», «Дорогой друг», «Имею честь писать Вам» [Sadler 1865: 212].

Одной из особенностей современной деловой речи является широкое употребление «языковых формул» — устойчивых (шаблонных, стандартных) оборотов, используемых в неизменном виде. Это продиктовано характерным для наших дней стремлением к унификации документооборота. Она проявляется в выборе одного из нескольких возможных способов передачи одной и той же информации. В лексическом плане данное явление и демонстрируют языковые формулы, к

которым относятся, среди прочего, словосочетания, модели предложений, отобранные в результате многолетней практики, термины, принятые сокращения, условные обозначения, единицы измерения, предусмотренные государственными и иными стандартами. И. А. Бурова утверждает, что за каждым таким оборотом закреплено вполне определенное содержание [Бурова 2010: 121]. Выражая типовое содержание, устойчивые языковые обороты обеспечивают точность и однозначность понимания текста адресатом, сокращают время, требуемое для восприятия сообщения. Часто устойчивые языковые обороты выступают как юридически значимые компоненты текста, например: «гарантируем возврат кредита в сумме», «оплату гарантируем», «претензии по гарантии следует предъявить» [Бурова 2010: 114]. Однако именно в терминологии и проявляются наибольшие отличия между современными письмами и написанными в XIX в. В письмах XIX в. употребляется больше устаревшей лексики.

П. Садлер рекомендовал воздержаться от использования терминологии в коммерческом письме [Sadler 1865: 20], однако для современного делового стиля характерно широкое употребление терминологической лексики: «Употребление терминов в строго фиксированном значении обеспечивает однозначность понимания текста» [Бурова 2010: 21], что немаловажно в деловом общении. В современной деловой переписке преимущественно употребляется так называемая отраслевая терминология, отражающая содержание той предметной области, с которой связано содержание письма, а также термины сферы документационного обеспечения и информационных технологий. К термину, употребляемому в современной деловой переписке, предъявляется следующее требование: он должен быть понятен как автору, так и адресату.

Один из важнейших, по мнению П. Садлера, советов — никогда не писать и не отвечать на письма в состоянии возбуждения [Садлер 1865: 10]. В современном делопроизводстве деловые письма обычно подшиваются, поэтому к ним всегда есть возможность обратиться заново. Чтобы убедиться в стилистической важности этого совета, следует вспомнить о письмах, написанных необдуманно: «Никогда не пишите письмо, если можете сдержаться; и даже никогда не сжигайте писем, присланных вам» [Лагутина 2004: 24]. Современная деловая переписка по большей части ведется по электронной почте, и, соответственно, требования к письмам смягчились: иногда уместно употреблять аббревиатуры, даже такие, как RSVP или FYI. Само же письмо имеет тенденцию сокращаться до конструкции «„Dear Sir/Madam“ — суть вопроса — „Yours faithfully“ или „Best regards“».

В результате сопоставления основных этических и стилистических норм написания деловых писем в XIX и XXI вв. стало ясно, что, несмотря на изменения технических средств (обмениваться письмами стало возможно за доли секунд), существенных различий в принципах написания делового письма нет. Этические принципы и нормы, преобладающие в XIX в., сохраняют актуальность и в XXI в.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бузова И. А. Деловая речь. Деловая Переписка. — М., 2010.
2. Деловая переписка: образцы деловых писем. URL: <http://business-letters.ru> (дата обращения: 19.07.2015).
3. Ермилова Н. В. Русский стиль деловой переписки // Ведомости. 2004.
4. Колокольцева Т. Н. Документы XXI века: электронное деловое письмо. — М., 2005.
5. Лагутина Т. М. Деловое письмо. — СПб., 2004.
6. Матвеева А. С. Служебное деловое письмо : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2012.
7. Назарова Т. Б., Левина А. Английский язык делового общения. — М., 2006.
8. Тейлор Ш. Деловая переписка и образцы документов на английском языке. — М., 2002.

**N. A. Smetanina, L. B. Golova, A. V. Koloturskaya**  
Ekaterinburg, Russia

## ETHICAL AND STYLISTIC ASPECTS OF BUSINESS CORRESPONDENCE OF THE 19TH – 21ST CENTURIES

**ABSTRACT.** *The article aims at finding out how modern means of communication allowing instant exchange of information, including written messages, have influenced the genre aspects of business correspondence. In the 19th century, business correspondence usually comprised documents made up in order to solve or regulate a dispute or process and to state, observe and define rights, obligations or freedoms of partners. The styles of public and private cases were distinguished. The former was connected with state business, the latter was represented by business letters of all kinds; commercial letters, bonds, receipts, bills, advertisements, certificates, etc. The text of a business letter in the 19th century was divided into three parts: beginning (introduction), main body of the text and end. In the beginning, which is preceded by the recipient's address, place and date of writing, comes the date of the last or all previous unanswered letters of the business partner or the date of the last letter, the reply to which has not yet been received. Today, the growing volume of business letter correspondence leads to the unification of style and peculiarities of organization of material, to the growing frequency of usage of written formulae and clichés. In contrast to the 19th century, modern business communication more often uses special terminology. One can observe the tendency to the maximum shortening of the letter to the following pattern: "Dear Sir/Madam" — essence of the problem — "Yours faithfully" or "Best regards". The authors come to the conclusion that the ethical principles and norms of the 19th century remain equally important for the 21st century as well.*

**KEYWORDS:** *business correspondence; commercial letter; official style; stylistic aspect; ethics.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Smetanina Natal'ya Aleksandrovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Golova Ludmila Borisovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Koloturskaya Anastasiya Viktorovna, Assistant Lecturer of Department of Linguistics and Professional Communication in Foreign Languages, Ural Federal University named after the first President of Russia B .N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

## REFERENCES

1. Бузова И. А. Деловая речь. Деловая Переписка. — М., 2010.
2. Деловая переписка: образцы деловых писем. URL: <http://business-letters.ru> (дата обращения: 19.07.2015).
3. Ермилова Н. В. Русский стиль деловой переписки // Ведомости. 2004.
4. Колокольцева Т. Н. Документы XXI века: электронное деловое письмо. — М., 2005.
5. Лагутина Т. М. Деловое письмо. — СПб., 2004.
6. Матвеева А. С. Служебное деловое письмо : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2012.
7. Назарова Т. Б., Левина А. Английский язык делового общения. — М., 2006.
8. Тейлор Ш. Деловая переписка и образцы документов на английском языке. — М., 2002.

9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М., 2000.
10. Хоффман Д. Личные и деловые письма. — М., 2003.
11. Kingsford C. L. Stonor Letters and Papers. — Cambridge, 1919.
12. Loughheed L. Business Correspondence. A Guide to Everyday Writing. — Chicago, 2011.
13. Richardson M. The Earliest Business Letters in English: an Overview. — New York, 1980.
14. Sadler P. The Art of Correspondence English and French. — Paris, 1865.
15. Stapleton T. Plumpton Correspondence. — London, 1839.
16. Thomas J. Business Writing in History: What Caused the Dictamen's Demise. — Michigan, 2012.

9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М., 2000.
10. Хоффман Д. Личные и деловые письма. — М., 2003.
11. Kingsford C. L. Stonor Letters and Papers. — Cambridge, 1919.
12. Loughheed L. Business Correspondence. A Guide to Everyday Writing. — Chicago, 2011.
13. Richardson M. The Earliest Business Letters in English: an Overview. — New York, 1980.
14. Sadler P. The Art of Correspondence English and French. — Paris, 1865.
15. Stapleton T. Plumpton Correspondence. — London, 1839.
16. Thomas J. Business Writing in History: What Caused the Dictamen's Demise. — Michigan, 2012.

**Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.**