

УДК 81.411.2.

## ОБУЧЕНИЕ МОДЕЛИРОВАНИЮ ДЕЛОВЫХ ПИСЬМЕННЫХ ТЕКСТОВ

<sup>1</sup>Кульгильдинова Т.А., <sup>2</sup>Балгазина Б.С.

<sup>1</sup>*Казахский университет международных отношений и мировых языков  
им. Абылай хана, Алматы, e-mail: tulebike@mail.ru;*

<sup>2</sup>*Казахский национальный педагогический университет им. Абая,  
Алматы, e-mail: bakhitgul555@mail.ru*

В статье рассматривается проблема обучения студентов (как носителей языка, так и иностранцев) моделированию и составлению деловых письменных текстов. В работе описываются также основные характеристики текстовой организации документа. Для того чтобы деловой текст стал эффективным средством достижения коммуникативной цели, необходимо владеть специальными стратегиями и тактиками дискурса: стратегией информирования; стратегией побуждения; стратегией убеждения; стратегией обязательства. При составлении деловых писем необходимо учитывать также законы, которые формируют содержательный аспект письма. Знание дискурсивных стратегий и тактик письменной деловой речи, а также законов, формирующих содержательный аспект письма, умение использовать их в соответствии с целями и условиями коммуникации является залогом успешной деловой коммуникации на русском языке.

**Ключевые слова:** русский язык, дискурс, текст, письменная деловая речь

## TRAINING MODELING BUSINESS WRITTEN TEXTS

<sup>1</sup>Kulgildinova T.A., <sup>2</sup>Balgazina B.S.

<sup>1</sup>*Kazakh University of International Relations and World Languages  
named after Abylaikhan, Almaty, e-mail: tulebike@mail.ru;*

<sup>2</sup>*Kazakh National Pedagogical University named after Abay, Almaty, e-mail: bakhitgul555@mail.ru*

The article deals with the problem of teaching students (both native speakers and foreigners) how to model and write business texts. The paper also describes the main characteristics of the organization of a text document. In order to make the business text the effective means of achieving a communicative goal, it is necessary to have special strategies and tactics of the discourse: strategy of informing, encouraging strategy, the strategy of persuasion, and strategy commitments. In drafting business letters a number of laws that form the content aspect of writing should be taken into account. Knowledge of the discursive strategies and tactics of written business communication, as well as the laws that form the content aspect of writing and the ability to use them in accordance with the purposes and conditions of communication is the key to successful business communication in Russian.

**Keywords:** Russian language, discourse, text, writing business speech

Сегодня изменения в политике и экономике привели к необходимости овладеть языком русского делового общения не только у носителей языка, но и иностранцев. Исследователи отмечают, что при общем сокращении числа иностранцев, изучающих русский язык, выросло число изучающих деловой язык. «Возросший за последнее время имидж российского бизнеса, экономический рост, интерес к деловому межкультурному общению привели к необходимости знания русского делового языка. Прагматизм современного мира показывает, что востребованность знания языка делового общения – основная мотивация изучения русского языка для иностранных учащихся, для населения СНГ, для мигрантов, а также для носителей русского языка, которые нуждаются в профессиональном овладении деловым общением» [4].

Деловое письмо является самым распространенным видом переписки. Понятно, что при составлении делового письма необходима коммуникативная точность, которая придает документу юридическую силу. Из практики делового общения мы знаем, что

любая фраза, любое предложение должны иметь только одно значение и толкование, что неизбежно требует стандартизации языка деловых бумаг.

К языку документов, к которым относятся и письма, предъявляются требования как денотативной точности (*денотат – предмет или явление окружающей нас действительности, с которыми соотносится данная языковая единица*), так и коммуникативной точности – адекватного отражения действительности, отражения мысли автора в речевом фрагменте (предложении, тексте). По словам А.И. Новикова: «Автор текста при его порождении и реципиент в процессе его восприятия решают разные задачи. Собственно когнитивную задачу решает адресат, в то время как автор – преимущественно коммуникативную. Коммуникативная задача, ориентированная на речевое воздействие, диктует автору определенный отбор и распределение языковых средств, адекватных, с его точки зрения, для реализации данной задачи» [2: 170]. «Коммуникативным средством реализации целостности содержательной стороны когнитивной

структуры является текст, понимаемый как единица речевой деятельности» [2].

Письменную речь характеризует большая осознанность, по сравнению с речью устной, для первой характерна структурная развернутость, полнота, конкретность, точность, систематичность, связность, смысловая насыщенность. Подчеркнутая логичность, безэмоциональность изложения при стандартном расположении текстового материала на листе также существенно отличают письменную деловую речь от устной.

Большое значение имеет структура текста и уровень типизации текста, что ложится в основу классификации деловых писем на регламентированные и нерегламентированные. **Регламентированные письма** имеют следующие **признаки**:

1) составление по определенному образцу;

2) стандартный аспект содержания (вводная часть (причина), основная часть (просьба));

3) определенный формат бумаги;

4) одинаковый состав реквизитов и т.д.

**Функциональное предназначение регламентированных писем:**

а) решать типичные вопросы регулярных экономико-правовых ситуаций;

б) объяснение причины обращения:

По причине задержки оплаты ...

Ввиду несоответствия Ваших действий ранее принятым договоренностям...

Вследствие изменения цен на энергоносители...

Учитывая социальную значимость объекта...

При данных обстоятельствах...

в) приводятся ссылки, на основании которых делаются заявления:

Ссылаясь на Ваше письмо от ...

В соответствии с достигнутой договоренностью ...

На основании распоряжения о...

Согласно постановлению правительства...

г) указываются цели отправителя:

В целях скорейшего решения вопроса...

Для согласования спорных вопросов ...

Для наиболее полного освещения деятельности Вашей организации в СМИ...

Регламентированные письма в зависимости от назначения в деловой деятельности имеют четкую структуру, как правило, состоящую из двух частей: в первой, вводной, части, излагаются причины, указываются цели отправителя и приводятся ссылки, на основании которых излагаются просьбы, осуществляются речевые действия, представляющие вторую, основную часть письма:

Прошу прислать образцы товаров и прайс-листы ...

Просим рассмотреть наше предложение ...

На основании предоставленного нам договором права настаиваем...

Направляем вам протокол согласований...

Наиболее рациональна структура текста документа, состоящая из двух частей. В первой излагаются мотивы, факты и события, послужившие поводом для составления бумаги, во второй – выводы, просьбы, решения, распоряжения и т.д. Например, структуру сопроводительного письма составляют два смысловых аспекта – сообщение о высылаемом материале и уточняемые сведения:

Направляем подробное описание автоматических систем управления. Получение просим подтвердить.

Неукоснительная логика в развитии темы, подчеркнутый аналитизм, выражающийся в дроблении текста, и точная развернутая экспликация содержания – вот основные характеристики текстовой организации документа. Неукоснительная логика проявляется в последовательности содержательных фрагментов и в обоснованности утверждений, их доказательности. К нарушениям речевой логики, или логическим ошибкам, относятся ошибки в использовании терминов и терминологических сочетаний (так, в коммерческой документации часто путают понятия: «стоимость», «цена», «расценка»), нарушения релевантности высказывания (речевая неполнота или избыточность, отклонение от темы), нарушения смысловых связей между компонентами высказывания и пр. Любое нарушение логической структуры высказывания, или *когнитивной единицы процесса восприятия*, предопределяет возможность интолкования текста, что не позволяет ему в полной мере осуществлять свое назначение – однозначно руководить действиями людей. Поэтому документируемая информация должна излагаться предельно ясно, четко и недвусмысленно – это основное требование письменного делового общения.

Применительно к составлению письменных текстов следует выделить два принципиально отличных подхода – процессуальный, куда относим стратегические и тактические характеристики деятельности, и результативный, к которому относятся жанровые и текстовые характеристики.

Для того чтобы текст стал эффективным средством достижения коммуникативной цели, необходимо владеть специальными стратегиями и тактиками дискурса. *Дискурсивная стратегия* – это способ коммуни-

кативного поведения человека, направленный на достижение цели общения: решение коммуникативных задач. Приемы коммуникативного поведения, направленные на решение коммуникативных задач, называют *дискурсивными тактиками*.

По цели коммуникативного воздействия выделяют следующие *виды дискурсивных стратегий*: стратегия информирования; стратегия побуждения; стратегия убеждения; стратегия обязательства.

*Стратегия информирования* предполагает констатацию, изложение фактов, информации без воздействия на адресата. Используется в таких жанрах деловых писем, как сопроводительное письмо, информационное письмо, письмо-подтверждение и др.

*Стратегия побуждения (директива)* имеет целью побудить адресата совершить действия, необходимые автору делового письма. Используются такие тактики побуждения, как вежливая просьба, категорическая рекомендация и даже принуждение. Эта стратегия используется при составлении административных документов (приказы, уведомления, извещения и т.д.), государственных и внутрикорпоративных; а также и в деловых письмах (предупреждение, просьба, запрос, напоминание и т.д.).

*Стратегия убеждения* направлена на воздействие на адресата, апеллирование к его логике и разуму. Эта стратегия используется в разных жанрах деловых писем: письмо-претензия, просьба, уведомление, рекламация и т.д.

*Стратегия обязательства* реализуется в таких жанрах, как гарантийное письмо, претензия, жалоба, письмо-извинение, ответ на рекламацию и т.д., где автор выражает сожаление, приносит извинения и обязуется изменить сложившееся положение дел.

Деловая переписка сегодня носит более личный и динамичный характер, что требует адекватного и уместного умения четко излагать суть вопроса, положение дел, однозначно формулировать предложение, просьбу, претензию, убедительно обосновать свои выводы.

При составлении деловых писем необходимо учитывать несколько **законов, которые формируют содержательный аспект письма**.

**1. Концептуальный закон (К).** Предполагает систематизацию материала обсуждения, всесторонний анализ предмета речи и выстраивание знаний о нем (концепция, замысел). Согласно концептуальному закону, от обучающихся требуется определение тематического и видового разнообразия деловых писем: автор информирует адресата о каких-либо событиях, фактах, представ-

ляющих взаимный интерес, систему ценностей и жизненных ориентиров и может сопоставить ее с собственным видением ситуации. В задачу обучения входит разграничение различных типов дискурса и правил их построения, а также умение их создавать и понимать с учетом ситуации общения.

**2. Закон моделирования аудитории (М).** Предусматривает знание аудитории (собеседника): по статусу автора и корреспондента, по количеству адресатов, по иерархии органов власти, организаций. То есть моделирование письма для вышестоящих организаций будет отличаться от писем для подведомственных организаций, как и писем для сторонних организаций, что должно отразиться в УМКД.

**3. Стратегический закон (С).** Исходя из характеристик аудитории (собеседника) и на основе концепции, замысла выстраивается стратегия, конкретная программа действий. Автор сообщает об условиях участия в мероприятии и уместно подает другую вспомогательную информацию, используя несколько ситуативно-оценочных моделей, что порождает необходимость их полезного размещения на занятиях. Согласно стратегическому закону, запрашивается информация, выражается осведомленность об актуальных политических, экономических, культурных и других событиях в мире и в Казахстане. Все это требует от обучающихся умения корректно вступать в контакт с зарубежными коллегами по профессии, быть инициатором общих проектов, направленных на реализацию намерения говорящего / пишущего в контексте определенной коммуникативной ситуации. На таких занятиях формируются умения субъекта осознавать коммуникативное намерение и планировать коммуникативное событие в целях общения, то есть важным для реализации стратегического закона является способность планировать речевое поведение.

**4. Тактический закон (Т).** Предполагает на основе выработанной стратегии в процессе общения использовать те или иные тактические приемы для того, чтобы заинтересовать, вызвать на размышление и обсуждение предмета речи собеседника. Автор определяет объем информационного насыщения, т.е. то целесообразное количество информации, которое оно в себя включает для стимулирования интереса. Тактический закон является доминирующим на таких занятиях, где от обучающегося требуется сформированность умений передавать информацию в связных, логичных и аргументированных высказываниях, анализировать коммуникативную ситуацию и отбирать адекватные ей и наиболее оптимальные для

данного лингвистического сообщества средства и способы достижения коммуникативного намерения субъекта речи.

**5. Закон словесно-речевого выражения (СВ).** Предусматривает умение облекать мысль в действенную речевую форму. Для его реализации требуется использование опорных логико-структурных схем для выявления познавательной функции документа с установкой на интенсивное накопление информации. Информация накапливается в речевых единицах – «актах сообщения», где разный объем информации коммуникантов о некотором предмете ведет к формированию интереса. С учетом интереса адресата должно быть представлено корректное сообщение о некоторой ситуации и дана оценочная модель этой ситуации с описанием находящихся в логическом единстве целеориентированных компонентов письма. Все это представляет одну из важнейших задач обучения деловому письму.

**6. Закон эффективного общения (ЭО).** Предусматривает умение устанавливать, сохранять и закреплять контакт с аудиторией (собеседником), завоевывать ее симпатии и внимание, интерес. Для этого необходимо управлять собственным поведением, управлять поведением аудитории, корректировать, если необходимо, план встречи. Невыполнение требований, предъявляемых к деловой корреспонденции, с одной стороны, ведет к затруднению работы с официальными документами, а с другой – лишает письмо юридической и практической значимости. В целях реализации этого закона мы обучаем студентов составлению плана встречи, прогнозированию ситуаций, в которых могут возникнуть коммуникативные сбои.

**7. Системно-аналитический закон (СА).** Предусматривает умение анализировать полученный результат и эффективно организовать и обработать информацию. Целевая установка на занятиях по обучению деловой переписке сопряжена с элементами диалогизации речи, переработкой информации, что позволяет мобилизовать необходимый объем локальной и глобальной информации, достаточной для восприятия смысла текста.

Последние два закона являются слагаемыми собственно управленческого аспекта

мыслеречевой деятельности. Отношения между этими законами выражаются в формуле речевого поведения, которую можно представить таким образом:

$$ДП = К + А + С + Т + СВ + ЭО + СА.$$

### Выводы

Вышеизложенное позволяет сделать следующие **выводы**:

**1. Составитель документа должен знать:**  
– доминанту и основные черты официально-делового стиля (т.е. требования, предъявляемые к языку документа);

– арсенал устойчивых формул и правила их использования в том или ином жанре деловой письменной речи;

– характеристики жанров и их привязанность к той или иной ситуации делового общения.

**2. Составитель документа должен уметь:**

– адекватно использовать речевые средства в тексте при соблюдении языковых норм;

– моделировать тексты на основе законов, формирующих содержательный аспект письма;

– грамотно составить проект документа и (или) отредактировать его.

**3. Для делового письма важны такие категории текста**, как концептуальность, информативность, когерентность, когезия, композиция и юридическая значимость.

**4. Знание дискурсивных стратегий и тактик письменной деловой речи**, а также законов, формирующих содержательный аспект письма, умение использовать их в соответствии с целями и условиями коммуникации является залогом успешной деловой коммуникации на русском языке.

### Список литературы

1. Колтунова М.А. Как составить деловое письмо. – М., 2001.
2. Новиков А.И. Семантика текста и ее формализация. – М., 1983.
3. Пиз А., Пиз Б. Язык делового письма. – М., 2003.
4. Синякина Н.Л. Современное деловое общение в российской и межкультурной коммуникации // Состояние и перспективы методики преподавания русского языка и литературы: сб. статей I Международная научно-практическая конференции (Москва, РУДН, 1-4 ноября 2008 г.). – М., 2008. – С. 837.