Карпова Светлана Александровна

Учитель русского языка и литературы

МБОУ «Березниковская средняя школа имени В.К Коробова»

Архангельская область, Виноградовский район, п Двинской Березник

**«Деловой русский язык в современном мире»**

Современная производственная ситуация такова, что каждый сотрудник,даже если его деятельность не связана непосредственно со сферой делопроизводства, должен иметь представление о системе документации, о правилахоформления и составления текстов основных, наиболее распространённыхдокументов.Владение русским языком и культурой русской речи являетсянеобходимой частью профессиональной компетенции современного специалиста.

Русский литературный язык, один из самых богатых и выразительных языков мира, накопил в сфере письменного делового общения бесценный опыт, представленный унифицированными и трафаретными языковыми формами, традициями использования этикетных средств. Но нельзя научиться писать деловые документы правильно и убедительно, не практикуясь и не обучаясь этому нелегкому искусству, не зная особенностей официально–делового стиля речи.

Овладение навыками делового общения непосредственно связано с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Лингвистическая компетентность в сфере делового общения становится в современных условиях непременным компонентом общепрофессиональной подготовки специалистов широкого профиля во всех сферах делового взаимодействия – предпринимателей, студентов вузов, слушателей курсов русского языка – всех тех, кому по роду деятельности необходим русский язык для жизни, работы и учёбы в России.

Несмотря на то, что школьной программой по русскому языку предусмотрено первоначальное знакомство с элементами официально-делового стиля, данные сведения не носят системного характера и явно недостаточны.Учитывая требования современной жизни, выпускники школы, как правило, должны владеть как навыками делового письма, так и навыками делового речевого общения.

Сегодня стандарт основного общего образования по русскому языку определяет изучение жанров деловой речи как «содержание, обеспечивающее формирование коммуникативной компетенции». Стандарт указывает на необходимость усиления работы по усвоению жанров делового стиля речи как в школе, так и в средних специальных учебных заведениях и вузах.

Существует комплекс объективных и субъективных причин, который выдвигает задачу подготовки учащихся старших классов к деловому общению в целом и в письменной форме, в частности, в число наиболее актуальных. В качестве основных причин можно выделить следующие:

1. Школьники старших классов готовятся к профессиональному самоопределению.
2. В старшем школьном возрасте происходит активное социальное формирование личности, вступление молодых людей в мир взрослых отношений, столкновение с законами рынка.

Деловой русский язык – дисциплина, изучающая нормы современного делового языка в области лексики, морфологии, синтаксиса и стилистики.

Деловая речь – это нормативная литературная речь, особенности её проявления связаны с официально-деловымстилем.

Деловое общение – это самый массовый вид социального общения. Оно представляет собой сферу коммерческих и административно-правовых,экономико-правовыхи дипломатических отношений.

Специфика делового общения заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляется в правовых рамках. Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить взаимодействия в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Другой специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т.е. подчинённость установленным правилам и ограничениям.

Взависимости от различных признаков деловое общение делится на:

- устное – письменное (с точки зрения формы речи);

- диалогическое – монологическое (с точки зрения однонаправленности и двунаправленности речи между говорящим и слушающим);

- межличностное – публичное (с точки зрения количества участников);

- непосредственное – опосредованное (с точки зрения отсутствия или наличия опосредующего аппарата);

- контактное – дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Огромную роль в современной деловой жизни играют и разговоры по телефону. Но, тем не менее, именно обмен письмами остается наиболее экономичным и оперативным способом передачи и получения информации. И чрезвычайно важно то, насколько правильно написано письмо.

Нормы устной речи далеко не всегда применимы в переписке. Свой стиль присущ переписке по электронной почте. В деловой коммуникации соблюдаются различные уровни субординации. Существуют правила письменного общения с незнакомым и с давним партнером, порядок обращения к компании в целом и к отдельному лицу, к мужчине и к женщине и т.д.

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.Разберем каждый из них.

1. Четкость – из вашего письма должно быть точно понятно, чего вы хотите от адресата. Исключены двусмысленности. Убедитесь, что письмо понятно тому, кому оно предназначается.
2. Краткость – сестра таланта, мы все это знаем. Поэтому длинные предложения лучше делить на несколько небольших.
3. Вежливость. Совершенно неважно, какого рода письмо и какую новость оно принесёт адресату: позитивную или не очень. Вежливость должна присутствовать всегда.
4. Ясность - это логика вашего письма. Ясность – это продуманные формулировки, отсутствие логических ошибок в вашем послании.
5. Нейтральный тон изложения. В деловой переписке - это отсутствие эмоционально-окрашенных фраз.
6. Одна тема – одно письмо. Не следует мешать в одном письме несколько разных тем.

В западной и американской деловой переписке к письму предъявляются те же требования, что и к разработкам рекламного характера. В американской деловой корреспонденции, в частных деловых письмах нередко встречаются цитаты из Библии, из работ западных и американских философов, стихи, народная мудрость, используемые с целью продемонстрировать красноречие и эру­дицию автора.

Следуя этому принципу, авторы деловых писем должны постоянно думать о средствах привле­чения внимания, пробуждения и удержания интереса к излага­емому в письме вопросу, просьбе, чтобы побудить адресата к действию. К языковым средствам, вызывающим интерес, относятся так называемые «магические слова». К ним мож­но отнести такие слова как изумительный, вдохновляющий, драматический, оча­ровательный, поразительный, чарующий, незабываемый.

Встретить подобные слова в отечественной деловой переписке практически невозможно, так как согласно традиции, эмоцио­нально-оценочная лексика исключена из лексикона русской де­ловой речи. Требования предельной точности формулировок де­лового письма реализуется в использовании стандартных, кли­шированных фраз, цель которых – сообщение информации, а не эмоционально-экспрессивное воздействие на адресата. Специфика письменного делового диалога состоит ещё и в том, что в нем исключается все личное, индивидуально значимое, не относящееся к делу. Содержание деловых писем отличается не только своеобразным «канцелярским» стилем изложения, но и обилием в тексте письма словесных штампов – устоявшихся общепринятых сочетаний слов, оборотов, некоторых терминов и т. п.

Для отечественной практики деловой переписки характе­рен так называемый «МЫ-подход» в подаче информации, т. е. адресант и адресат делового послания рассматриваются как «кол­лективные» субъекты. При этом приоритетными являются фор­мы множественного числа «Предлагаем», «Сообщаем», «Направ­ляем». В каче­стве нормы деловой переписки отмечается утрата местоимения я. В западной и американской школах делового письма специалисты рекомендуют чаще использовать местоимение я.

В практике отечественной деловой переписки тексту пись­ма не всегда предшествует обращение.Без обращений обычно составляются тексты сопроводительных писем, писем-напоминаний, договорных писем, писем-подтверждений и др. Следу­ет заметить, что в последнее время обращение всё чаще вклю­чается в текст официального послания и становится обязатель­ным элементом русского делового письма. Заключение как особая этикетная формула вежливости, завер­шающая официальное послание, также ещё не стала общепри­нятой и обязательной для всех типов деловой корреспонден­ции в отечественной практике деловой переписки.

По стандартам западного и американского делового пись­ма обращение и заключениеявляются обязательными элемен­тами официального послания любого типа. Обращение означает официальное начало письма. После обращения ставится запятая (в Европе) или двоеточие (в США). Сегодня как никогда важно личностное обращение. Людям нравится слышать своё имя. Подобное обращение вызывает у адреса­та повышенное внимание.Степень проявления учтивости (любезности) в разных на­циональных культурах деловой переписки различна. Для рус­ского официально-делового письма проявление любезности и сердечности, в целом, не характерно (а в официальном доку­менте – недопустимо). Западное и американское деловое письмо основывается на признании того, что с выражения почте­ния и уважения к клиенту (деловому партнеру) начинается ус­пех дела, а формулы любезности и сердечности позволяют ус­тановить с ним более тесный контакт.

Существенно различаются требования к составлению дело­вых писем в разных школах делового письма с точки зрения стиля сообщения. Для отечественной деловой переписки тра­диционным является надличностный характер изложения, от­личающийся предельной рациональностью, жесткостью исполь­зуемых языковых форм и моделей, и этим, как считают отече­ственные специалисты, принципиально отличающийся от так называемых «доверительных писем», в которых авторы высту­пают как личности.

Этические аспекты документной коммуникации.

Официальность и регламентированность деловых отношений предполагают соблюдение норм делового этикета. В письменном деловом общении этикет проявляется в форме и содержании документов и, прежде всего, в формулах обращения, выражения просьб, отказов, претензий, способах аргументации и др. Как подчеркивают специалисты, этикет — важнейший инструмент в достижении коммуникативной цели и одновременно проявление культуры пишущего. Немаловажным аспектом делового общения являются вопросы этики отношений между деловыми партнерами. В деловой переписке этика отношений проявляется в необходимости соблюдения ряда требований, предъявляемых как к адресанту, так и к адресату. Так, составителям деловых писем не рекомендуется: побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами: срочно, незамедлительно, в возможно более короткие сроки (более приемлемыми являются формулы типа:«Прошу Вас ответить до такого-то числа», «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении»); навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например, «Прошу изучить и решить вопрос положительно» или «Прошу утвердить эту кандидатуру»; намекать получателю письма на его мнимую невнимательность, вводя н заключительный текст письма следующую формулировку: «Предлагаю внимательно изучить»; начинать послание с констатации отказа в тех случаях, когда выполнение просьбы или поручения не представляется возможным (вначале следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться).

Заключение

Сегодня важно не растерять бесценный опыт представленный унифицированными и трафаретными языковыми формулами, традициями использования этикетных средств, не копировать западные образцы, а с уважением относиться к нашим предкам, веками ошлифовывавшим форму и стиль делового письма, и плодотворно развивать отечественные традиции составления деловой корреспонденции.

Школа должна стать первым звеном в подготовке учащихся к практической жизни. Поэтому большое внимание должно быть уделено деловому письму. Необходимость составлять различные деловые бумаги возникает у учащихся сразу же, как только они закончат школу. В самостоятельной жизни им потребуется умение писать заявления, автобиографии, доверенности, расписки, адреса на почтовых конвертах, письма, поздравительные открытки, заполнять анкеты, бланки телеграмм.

Необходимо, чтобы образцы деловых бумаг были вывешены в школе в кабинете русского языка или в уголке русской речи.

Каждый вид деловой бумаги имеет свои специфические особенности и состоит из обязательных элементов, присущих данному документу, без которых он не сможет выполнить своего назначения.

В работе над любым видом деловых бумаг можно выделить следующие этапы:

- твёрдое уяснение, в каких случаях данная деловая бумага применяется;

- анализ стандартного образца, т. е. выявление обязательных элементов, специфичных только для данного документа;

- подражание образцу. Эта работа имеет несколько вариантов:

а) анализ документа с новым содержанием;

б) коллективное составление документа после разбора образца;

в) составление документов самостоятельно (на темы, данные учителем или предложенные учениками).

На этом этапе работы можно использовать упражнения разной степени сложности: составление документа из деформированного текста; исправление неправильно составленных документов; переделка одного вида деловой корреспонденции в другой (например, по письму составить телеграмму и наоборот); составление документов по аналогии с литературным материалом; самостоятельное составление документа на заданную тему.

Составление текста делового документа – всегда акт речевого творчества, каким бы письмо не было – регламентированным или нерегламентированным. Это труд, предполагающий достаточно высокий уровень языковой компетентности.