

ЛИТЕРАТУРА

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. -М.: Ш, 1955. – 416 с.
2. Будагов Р А. Литературные языки и языковые стили. – М.. Высшая школа, 1967. – 374 с.
3. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. М., Высшая школа, 1981. – 310 с
- 4 Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М : Высшая школа, 1981. – 298 с.
5. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. 4-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2003. – 448 с.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ КЛАССИФИКАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Гончукова Е.Л.

*Россия, г. Белгород, ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»*

Статья посвящена изучению различных подходов классификации современного делового письма. Автор раскрывает понятие делового письма, а также приводит примеры их классификаций. Особое внимание уделяется тем особенностям делового письма, которые лежат в основе классификаций.

Ключевые слова: лингвистика, официально-деловой стиль речи, деловое письмо, классификация деловых писем, документ, деловая переписка.

The article is devoted to the study of the different approaches of the business letter's classifications. The author discloses the notion of the business letter, gives the examples of their classifications. Special attention is given to the peculiarities that are the foundation of all the classifications
Key words. linguistics, official language, business letter, business letter's classification, document, business correspondence.

Деловые связи немыслимы без обмена деловой корреспонденцией. Несмотря на преимущества устных переговоров, например, оперативность обмена информацией при переговорах по телефону, деловая переписка зачастую практичнее и надежнее. Обычно при проведении деловых переговоров у говорящего нет времени в достаточной степени обдумать свое предложение и корректно его сформулировать, что может привести к простому непониманию. Излагая свои мысли, в официальном письме у адресанта есть больше времени обдумать свои предложения или просьбы, порой невыгодные адресату, и представить их в более мягкой, а порой даже заманчивой форме.

Официальная корреспонденция, по мнению М.В. Колтуновой, которая направлена от имени одной организации, учреждения другой организации, учреждению, хотя адресована она может быть одному должностному лицу и подписана одним должностным лицом, представляет собой деловую корреспонденцию [2: 28].

Деловая корреспонденция или деловое письмо представляет собой особый тип документа, имеющий юридическую значимость. Однако деловое письмо менее жестко регламентировано, чем контракт, постановление или приказ.

Деловая переписка, как пишет П.В. Веселов, регистрируется и хранится в обеих организациях. Ее относят к исходящей и входящей документации

организации, что делает деловые письма важным документом, которые служат инструментом, регулирующим экономико-правовые и социальные отношения между корреспондентами (контрагентами, партнерами, участниками социальных отношений) [1: 46].

Существует несколько видов классификации деловых писем, в основе их лежат не различные подходы, а различные квалификационные признаки.

Так, например, Л.В. Рахманин делит все официальные письма по тематическому признаку на коммерческие и некоммерческие. К коммерческим письмам ученый относит оферту (письмо-предложение), то есть заявление лица о желании заключить сделку с указанием конкретных условий сделки; письмо-запрос, которое представляет собой обращение одной стороны к другой о желании заключить сделку, без указания ее условий, или же просьбу уточнить какой-то вопрос при осуществлении сделки; рекламация (письмо-претензия), которое выражает претензии к стороне сделки при нарушении договора и требование возместить убытки [3: 90-92].

Некоммерческие или собственно деловые письма, по мнению ученого, используются при решении различных организационных, правовых вопросов, экономических взаимоотношений. К этому виду писем относятся благодарственное письмо, которое содержит выражение благодарности адресату; гарантийное письмо, подтверждающее определенные обязательства; информационное письмо (письмо-извещение, письмо-сообщение, письмо-уведомление), информирующее о каких-то событиях и фактах, которые могут заинтересовать адресата; письмо-напоминание, содержащее напоминание о выполнении договоренностей, обязательств и о мерах, которые будут приняты в случае их невыполнения; сопроводительное письмо, которое составляется для сообщения адресату о направлении каких-то сопроводительных документов, материальных ценностей. А также письмо-подтверждение, письмо-поздравление, письмо-приглашение, письмо-просьба и письмо-соболезнование [3: 90-92].

По тематическому признаку письма можно также поделить на коммерческие и служебные. Коммерческие письма, как отмечает О.С. Сыщиков, – это письма, оформляющие и регистрирующие выполнение и заключение коммерческой сделки. Служебные же письма решают организационные вопросы, а также вопросы экономических и юридических отношений между корреспондентами и тоже относятся к документам [4: 63-64].

Следует отметить, что коммерческие письма являются важными документами, цель которых регулировать ход составления контракта или договора, а также процесс выполнения условий данного договора или контракта. При нарушении каких-либо пунктов договора, сделки или контракта, коммерческие письма могут являться основанием для предъявления иска, и данное нарушение будет рассмотрено в арбитражном суде.

По признаку адресата П.В. Веселов выделяет обычные и циркулярные письма. Циркулярные письма, как пишет ученый, направляются из одной организации в несколько других. Обычные же письма отправляются только в один адрес [1: 58].

По форме отправления, по мнению О.С. Сыщикова, можно выделить традиционные почтовые письма, электронные, факсимильную связь, телетайпную и телеграфную связь [4: 63].

Л.В. Рахманин же предлагает несколько другие названия для классификации деловых писем по форме их отправления. Письма, отправляемые по почте, ученый называет конвертными. Письма, отправленные в электронном виде на электронную почту, получили название электронные. Факсовыми письмами ученые называют письма, отправленные по факсу [3: 93].

Отметим, что электронная и факсимильная связь часто используется для решения оперативных вопросов и не уступает по значимости традиционным почтовым письмам. Тем не менее, несмотря на быстроту получения таких писем, традиционным все еще отдается предпочтение.

Деловые письма могут делиться на две группы по композиционному признаку. Первая группа – это одноаспектные письма, представляющие собой сообщения, которые рассматривают только один вопрос или проблему.

Во вторую группу входят многоаспектные письма, которые затрагивают сразу несколько вопросов одновременно.

По структурным признакам, по мнению М.В. Колтуновой, деловые письма делятся на регламентированные и нерегламентированные. Регламентированные письма составляются по определенному образцу, то есть обычно придерживаются стандартных аспектов содержания, формата бумаги, состава реквизитов и т.д. Регламентированное письмо решает типичные вопросы регулярных экономико-правовых ситуаций и реализуется в виде стандартных текстов или текстов, составленных из стандартных синтаксических конструкций и формулировок [2: 27-29].

Регламентированные письма имеют четкую структуру. Они состоят из двух частей: вводной части, где излагаются причины, цели письма и приводятся ссылки, на основании которых делаются заявления, а также основной части письма, где излагаются основные вопросы коммерческого сообщения. Регламентированные письма изобилуют клишированными, стандартными фразами, которые можно найти в справочной литературе.

Нерегламентированные письма представляют собой формально-логический или этикетный текст, который составляется в свободной форме, то есть не имеют жесткой текстовой структуры, в них реже используются стандартные фразы. В нерегламентированном письме могут встретиться элементы повествования в виде истории вопроса, этикетную рамку и речевое действие, которое помогает автору письма реализовать свои цели и намерения.

Однако, как пишет П.В. Веселов, язык некоторых нерегламентированных писем содержит элементы стандартизации, например, термины, номенклатурные знаки, устойчивые обороты. К таким письмам ученый относит инструктивные письма, письма-объяснения, рекомендации, письма-презентации, письма-объявления, предложение-представление и т.п. [1: 68].

Возвращаясь к проблеме подходов классификации коммерческих писем, отметим, что одной из наиболее подробных и важных классификаций является классификация по функциональному признаку.

М.В. Колтунова, например, делит письма на две основные группы. В первую группу входят письма, которые требуют обязательного ответа. К ним относятся инициативные коммерческие письма (письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация), письмо-просьба и письмо-приглашение [2: 33-34].

Ко второй группе ученый относит письма, которые не требуют обязательного ответа. К таким письмам относятся письмо-подтверждение, письмо-извещение, письмо-напоминание, письмо-предупреждение, письмо-декларация (заявление), письмо-распоряжение, письмо-отказ, сопроводительное письмо, гарантийное письмо и информационное письмо [2: 33-34].

Мы рассмотрели различные подходы к классификации деловых писем и выяснили, что существует ряд признаков, которые лежат в основе той или иной классификации. Деловые письма могут быть поделены по признаку адресата, по форме отправления, по композиционному, структурному, функциональному и тематическому признакам. На наш взгляд, наиболее подробными классификациями можно считать классификации по функциональному и тематическому признакам, поскольку они делят письма на такие микро группы, которые полностью отражают цели и задачи конкретного делового письма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности. М.: Изд-во стандартов, 1990. – 160 с.
2. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. М.: Галерея-Принт, 2000. – 152 с.
3. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. М.: Высшая школа, Инфра-М, 1997. – 239 с.
4. Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе (на материале текстов коммерческих писем) / дис. : канд. филол. наук. – Волгоград, 2000. – 191 с.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ)

Кравец Я.Ю.

*Россия, г. Белгород, ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»*

В данной статье фразеологизм рассматривается как когнитивно-прагматическая единица языка и речи, приведены трактовки понятия "фразеологизм" некоторыми лингвистами и исследователями. В статье упоминается о фразеологической картине мира. Автором статьи рассматривается классификация фразеологизмов и их значимость в языке, речи и культуре. Ключевые слова. признак, система, фразеологизм, фразеологическая единица, классификация, специфика, эквивалентность, гипотеза, дефиниция, значение.

In this article phraseologism is considered as a cognitive-pragmatic unit of language and speech. In this article you can find interpretation of the definition of a phraseologism given by some linguists and researchers. This article presents the concept of "phraseologism" linguists and researchers. The author of the article mentions about the situation and condition of phraseologisms in the linguistic