

Litera

Правильная ссылка на статью:

Аль-Анбаги Ш. Деловое письмо в системе современной межличностной коммуникации (на материале русской и арабской деловой корреспонденции) // Litera. 2024. № 8. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.8.71318 EDN: RKRQUV URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71318

Деловое письмо в системе современной межличностной коммуникации (на материале русской и арабской деловой корреспонденции)

Аль-Анбаги Шайма Тамер Хасан

аспирант, кафедра русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов

117198, Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ shaimatamerhasan@yandex.ru



[Статья из рубрики "Профессиональный язык"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.8.71318

EDN:

RKRQUV

Дата направления статьи в редакцию:

22-07-2024

Дата публикации:

29-07-2024

Аннотация: Объектом исследования стали особенности современной деловой переписки на русском и арабском языках; предметом исследования – место современных русских и арабских деловых документов в системе межличностной коммуникации, особенности выражения в современном деловом письме личности автора, формирование образа автора. Обращено внимание на те трансформационные процессы, которые обнаруживаются в современном деловом письме в соответствии с изменением степени проявления в нём личности автора. Усиление личностного начала в деловом письме связывается с процессами демократизации общения, гуманизации общества, информатизации коммуникативного пространства, распространения электронных писем. Научная новизна исследования состоит в раскрытии специфики образа автора в

современных деловых письмах, отражающей лингвокультурные и исторические особенности носителей русского и арабского языков. Исследование проводилось на основе общеаучных методов наблюдения и описания, анализа и синтеза с использованием специальных лингвистических методов (структурного, типологического, сравнительно-сопоставительного, метода компонентного анализа), а также функционального и психолингвистического подходов. В результате исследования выявлено, что в русском и арабском деловом письме тенденция к усилению личностного характера переписки проявляется в разной степени. В современных русских деловых письмах используется целый комплекс языковых средств, в том числе синтаксического уровня, с помощью которых корреспонденции придаётся личностный, неофициальный характер. Это побудительные, восклицательные и вопросительные предложения, вводные слова, определённо-личные и двусоставные предложения. Синтаксис обладает большим потенциалом в выражении личностного начала. В арабском деловом письме личностное начало проявляют авторы, занимающие высокие должности, а остальные стараются составлять деловые письма обезличенно, стандартно, стереотипно. Делается вывод о связи замеченных особенностей с арабскими культурными традициями, с превалированием в арабской культуре коллективного над личным.

Ключевые слова:

официально-деловой стиль, деловое письмо, деловая корреспонденция, русский язык, арабский язык, межличностная коммуникация, автор, адресат, личностный характер, электронное письмо

Введение

Современный мир невозможно представить без деловой коммуникации, от продуманности которой зависит коммерческая успешность предприятия или организации, перспективы сотрудничества участников делового общения, характер отношений между ними. В деловой сфере сложились определённые стереотипы поведения, основными из которых являются высокая стандартность, строгость, отстранённость, минимальное проявление личностных качеств корреспондентов. Главным в деловом общении принято считать решение текущих дипломатических, хозяйственных, коммерческих и других вопросов, а не межличностное взаимодействие и коммуникативный комфорт коммуникантов. Однако в течение последних нескольких десятилетий, начиная в основном с рубежа XIX-XX вв., ситуация начала меняться. В деловой коммуникации разных стран мира начинает более явственно звучать личностное начало, проявляется индивидуальность автора. Причины этого мы видим, во-первых, в демократизации общения, во-вторых, в гуманизации общественного пространства, увеличении внимания к личности каждого из его участников, повышении значимости личностного по сравнению с общественным, изменении социальной роли личности. В письмах начинает создаваться индивидуальный образ автора, что влияет на языковые и стилистические средства, которые здесь используются. С одной стороны, деловые письма по-прежнему являются принадлежностью «официального публичного и полуофициального интерперсонального общения (при отсутствии доверительных межличностных отношений)» [\[1, с. 54\]](#), с другой стороны, именно межличностные отношения начинают играть в нём всё более значимую роль.

Обзор литературы

Современное деловое письмо и изменения в его содержании, стилистике, структуре достаточно активно изучаются лингвистами. Анализируются электронные деловые письма, занимающие всё более значимое место в деловой коммуникации, в том числе средства речевого этикета в них [2], вариативность деловой интернет-коммуникации [3], проникновение в неё элементов устрой речи, менее формальный характер делового письма [4, с. 334] и т. п. Наблюдается большая эмоциональная насыщенность современных деловых писем [5]. Д. А. Новиков отмечает по этому поводу: «Экспрессивность, недопустимая к употреблению в официально-деловом стиле, все чаще обнаруживается во многих его жанрах, в частности в деловых письма» [6, с. 50].

Изменению личностного начала делового письма в системе современной межличностной коммуникации уделяют внимание немногие современные лингвисты. Ы. Е. Чо отмечает усиление личностного начала в современной русской деловой переписке, проявляемое в содержательной части писем при стандартности их структуры [7, с. 53]. По мнению Л. В. Селезневой, использование в деловой сфере языковых единиц и соблюдение норм «все больше обусловлены коммуникативной целесообразностью и коммуникативной компетентностью составителя письма» [8, с. 204], то есть зависят от особенностей его личности. Происходит усиление в деловом письме «фактора адресата», от специфики восприятия которого зависят коммуникативное поведение автора, выбор им «средств адресации (обращений, местоимений, метатекста, вводных слов, клише)» [9, с. 336]. Проявлением личностного начала можно объяснить и применение авторами деловых писем фатических элементов: комплиментов, признаний, шуток и др. [10, с. 131]. В результате коммуникативное пространство делового письма формируется на пересечении интересов и личностных особенностей двух субъектов общения – адресата и адресанта. Эти две стороны, по выражению И. А. Тортуновой, для более успешного взаимодействия начинают использовать в деловых письмах «новые, более современные черты, направленные на кооперативную и двустороннюю коммуникацию» [11, с. 85]. Необходимо рассмотреть современное деловое письмо как явление межличностной коммуникации, с точки зрения отражения в нём личностных особенностей автора. Сопоставительное исследование позволит сделать это более аргументированно.

Цель статьи – выявить особенности русского и арабского делового письма как компонентов современной межличностной коммуникации, в том числе оценить трансформации образа автора и личностного начала в современной деловой корреспонденции.

Материалом для практического исследования стали тексты около трёхсот деловых писем на русском и арабском языках (иракские), касающиеся сфер дипломатии, образования, торговли и др.

Результаты исследования

Для современного носителя языка важно выразить себя в создаваемых им произведениях любого стиля и жанра. Формируется «модальный тип личности с преобладающей ориентацией на индивидуально-личностные ценности, нормы поведения и деятельности» [12, с. 139]. Проникает такое речевое поведение и в сферу делового письма, для которого по его жанровой природе характерны выработанные в течение столетий развития официально-делового стиля личностная отстранённость, холодность, официальность, стандартизированность. Человек в деловом письме должен говорить не от собственного имени, а от имени организации, и поэтому всячески снижать личностный

характер коммуникации, в то же время сегодня это происходит не всегда.

Деловое общение на русском языке становится более личностным, в нём в большей степени проявляется индивидуальность автора. Образ автора как личности формируется при помощи:

- определённо-личных предложений, с помощью которых создаётся атмосфера личностной заботы об адресате, внимания к нему: «*Будем рады Вашему участию в конференции*», «*Предлагаем Вам партнерскую программу...*». Предложения со сказуемым в форме единственного числа вносят в письма разговорный стилистический оттенок: «*Ещё раз прошу простить*», создают атмосферу интимного взаимодействия;
- двусоставных предложений вместо односоставных: «**Мы** рады представить Вам нашу компанию...», в которых грамматически лишнее местоимение призвано акцентировать внимание на личности автора, создать более отчётливый его образ;
- вопросительных конструкций, например, вопросно-ответной, формирующей диалогизм текста: «*Что надо сделать с учетом сложившейся ситуации? Наши предложения...*»;
- восклицательных предложений, которые ранее встречались только в стандартно оформленном обращении («*Уважаемый Сергей Александрович!*»), а в настоящий момент используются для воздействия на эмоции адресата: «*Мы гарантируем Вам отличный сервис, привлекательные цены и высококачественную продукцию!*»;
- побудительных предложений со сказуемыми в форме глаголов повелительного наклонения, которые ранее практически не встречались, поскольку императивность выражалась с помощью косвенных средств, а сегодня появляются: «**Сотрудничайте с нами, и Вам гарантирован успех!**»;
- вводных конструкций, с помощью которых автор письма создаёт собственный образ живого человека, способного сочувствовать коммуниканту даже в условиях невозможности сотрудничества с ним: «**К большому сожалению, мы вынуждены отказаться от вашего весьма выгодного предложения.**».

В результате в русскоязычных деловых письмах уменьшается дистанция между автором и адресатом, формируется пространство непосредственного, лично и эмоционально окрашенного общения. Автор демонстрирует свою заинтересованность не только в дальнейшем деловом взаимодействии, но и в коммуникации; адресат ощущает себя вовлечённым в работу, готовым к сотрудничеству. Убеждение адресата в необходимости такого сотрудничества происходит незаметно, не за счёт содержательных, логических средств, а с помощью эмоциональных, психологических.

Усиление личностного начала русского делового письма неизбежно влечёт за собой расшатывание нормы [13]. Выражая себя, начиная писать персонализированно, автор отходит от стандарта, проявляемого, в числе прочего, и в соблюдении литературных норм письменной речи. Данное следствие анализируемого процесса, несомненно, является негативным.

В арабских деловых письмах общая тенденция к усилению в деловой переписке личностного начала также не может не проявиться, однако это происходит в значительно меньшей степени. Для арабской коммуникативной традиции характерно превалирование общественного, коллективного над личным, проявление подчёркнутого уважения и почтения к адресату. Автор традиционно старается отступить на второй план, подчеркнуть свою отстранённость, не проявить индивидуальность, приуменьшить свою

значимость. Здесь наблюдается обезличивание делового общения, что, в частности, проявляется посредством отсутствия в письме собственного имени автора ни в начальной, ни в заключительной частях письма. При этом должность, звание и другие общественно значимые признаки адресанта обязательно будут указаны.

Проявление личностных качеств во многом зависит от той должности, которую занимает арабоязычный адресат, от его веса в обществе. Если это достаточно высокая должность, то авторское «я» звучит более уверенно. Например:

**أنقل لكم اعتذارنا عن عدم الحضور في الوقت الحاضر بسبب المشاغل الكثيرة واستلام مهمات الوزارة الى
عهد قريب وما يترب على ذلك من تبعات دقيقة تستغرق منا اغلب الوقت، ونحن اذ نتمنى مساعدكم
الإنسانية تجاه العراق شعباً وحكومة، والن هو حوض روافع الحال الى الأفضل، نعلمكم عن استعدادنا للحضور
في شهر تشرين**

Перевод: «Примите искренние извинения по поводу того, что наша встреча не состоялась. Я не смог прибыть на неё в связи с происходящим в настоящий момент принятием на себя служебных обязанностей и связанными с этим многочисленными хлопотами, которые отнимают значительное количество времени». Автор (министр здравоохранения Ирака) в этом письме-извинении сообщает адресату обстоятельства, которые помешали ему прибыть на встречу, при этом извинение звучит достаточно сердечно и лично. Личные обстоятельства позиционируются как важные потому, что автор занимает значимое положение в обществе. В то же время для автора современного русского делового письма важно заявить свою субъектность, проявить индивидуальность независимо от той должности, которую он занимает. Арабскому адресанту, если он не занимает высокую должность, демонстрировать в письме собственный оригинальный образ мешает субординация, традиционное желание быть частью коллектива, не выделяться на его фоне.

В арабском деловом письме действие тенденции к усилению личностного начала в деловой переписке, формированию в деловом письме образа автора ослаблено в силу культурных и исторических причин, однако и здесь данная тенденция действует, пусть и менее заметно. Более личный характер переписки делает общение эффективнее, облегчает коммуникацию, помогает субъектам общения установить более тесный контакт, а значит, скорее и лучше решить свои деловые проблемы.

Заключение

Изменения, происходящие в социальной, технологической и политической сферах жизни общества обязательно влияют на отношения между людьми, на восприятие ими самих себя и друг друга, что, в свою очередь, оказывает воздействие на используемые ими в речи стили, жанры, языковые средства. Усиление личностного начала в современном русском деловом письме в настоящий момент можно считать не только тенденцией, но и свершившимся стилистическим фактом. Помимо демократизации общения и гуманизации общественной жизни, на повышение личностного характера взаимоотношений в деловой сфере, по нашему мнению, влияет переход значительной части деловой документации в интернет-пространство, которое, по самой своей сути, диктует снижение официальности и стандартности коммуникации. Для автора русского делового письма очень важна прагматическая составляющая коммуникации; он стремится убедить в чём-то адресата и обеспечить тем самым успешность, в том числе коммерческую, собственного предприятия. Усиление личностного начала становится одним из способов достижения этой цели и даже манипуляции сознанием адресата. Автор делового письма стремится к личностной самореализации, и деловая переписка приобретает личностную окраску.

Арабское деловое письмо подвержено трансформациям личностного начала в меньшей степени, чем русское. Это связано с особенностями арабской культуры, для которой характерно коллективное начало. Автор в арабском письме старается менее ярко проявлять себя; личностное начало является сильным только в деловых письмах, авторы которых занимают высокие должности, имеют значимое общественное положение.

Отличия в скорости, с которой распространяется тенденция к усилению личностного начала в русской и арабской деловой переписке, могут быть связаны с преимущественным тяготением русской культуры к европейской языковой традиции и с большим консерватизмом арабского культурного пространства.

Перспективы проведённого в данной работе исследования состоят в выявлении и описании других языковых, стилистических, структурных, содержательных особенностей русских и арабских деловых писем, которые в настоящий момент испытывают трансформации, подвергаются изменениям под воздействием различных экстраконфессиональных факторов.

Библиография

1. Шаклеин В. М. Дифференциация русского языка в условиях развития новых информационных технологий // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2011. № 1. С. 52–55.
2. Кириллова О. Н. Средства речевого этикета электронного делового письма // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 45. С. 1605–1612.
3. Сатучина Т. Ю. Фактор социальной дистанции, детерминирующий вариативность деловой интернет-коммуникации (на материале электронных писем) // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2023. Т. 2. № 2. С. 76–79. DOI: 10.21603/2782-4799-2023-2-2-76-79.
4. Литвякова Т. А. Эволюция этикетных рамок в русском деловом письме (на примере обращения) // Наука и образование транспорта. 2021. № 2. С. 332–334.
5. Литвякова Т. А. Эмоциональная насыщенность как важный элемент письменной коммуникации (на примере делового письма) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2022. Т. 8. № 3. С. 103–112.
6. Новиков Д. А. Элементы экспрессивности в официально-деловых письмах исполнительных органов государственной власти // Российский лингвистический бюллетень. 2021. № 2 (26). С. 50–54. DOI: 10.18454/RULB.2021.26.2.21.
7. Чо Ы. Е. Усиление личностного начала в современной русской деловой переписке: положительные и отрицательные моменты // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2016. № 1. С. 53–60.
8. Селезнева Л. В. Речевые формулы деловой переписки как индикаторы коммуникативной компетентности автора // Актуальные проблемы стилистики. 2018. № 4. С. 204–209.
9. Селезнева Л. В. «Свой среди чужих, чужой среди своих»: влияние фактора адресата на стиль деловой корреспонденции // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. 2022. № 7. С. 335–338.
10. Дьяченко М. П. Межперсональность в письменной деловой коммуникации: межкультурная бизнес-среда // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2021. № 3 (43). С. 130–135. DOI: 10.25688/2076-913X.2021.43.3.13.
11. Тортунова И. А. Лингвистический «образ» современной деловой переписки //

- Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 2. С. 80–86.
12. Человек в социокультурном измерении: монография / И. В. Глушко, Т. М. Зуева, М. Н. Крылова, И. М. Лаврухина, А. В. Яровой. Зерноград: АЧИИ, 2022. 222 с.
13. Крылова М. Н. Типичные ошибки в языке деловых бумаг // Современные научные исследования: проблемы и перспективы: материалы IV международной научно-практической конференции. М.: Перо, 2019. С. 172–179.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Представленная на рассмотрение для публикации в журнале «Litera» статья «Деловое письмо в системе современной межличностной коммуникации (на материале русской и арабской деловой корреспонденции)» посвящена изучению трансформаций языковых особенностей делового письма, которые происходят в наше время. Устоявшиеся языковые клише, используемые ранее в деловой корреспонденции, которой были присущи высокая стандартность, строгость, отстранённость, минимальное проявление личностных качеств корреспондентов, претерпевают изменения, связанные с усилением в них личностного начала. Причины этого автор видит в демократизации общения, «в гуманизации общественного пространства, увеличении внимания к личности каждого из его участников, повышении значимости личностного по сравнению с общественным, изменении социальной роли личности». Появление индивидуального образа автора сопровождается формированием системы языковых и стилистических средств, используемых адресантами. Их изучение является целью автора статьи.

В начале статьи дается анализ существующей литературы по проблематике, в результате которого отмечается потребность рассмотрения современного делового письма как явления межличностной коммуникации, с точки зрения отражения в нём личностных особенностей автора, что предлагается осуществить в рецензируемой статье на материале около трехсот деловых писем из различных сфер (diplomatisches, образования, торговли и т.д.) на русском и арабском языках в сопоставительном аспекте.

Как отмечает автор статьи, личностный характер делового общения достигается за счет различных средств, среди которых выделяются использование определенно-личных предложений, которые создают атмосферу личностной заботы об адресате; предложения со сказуемым в форме единственного числа, которые создают атмосферу интимного взаимодействия; двусоставных предложений вместо односоставных; вопросительных конструкций, формирующих диалогизм текста; восклицательных предложений, которые используются для воздействия на эмоции адресата; побудительных предложений со сказуемыми в форме глаголов повелительного наклонения; вводных конструкций, с помощью которых адресант представляется живым сочувствующим человеком. Обозначенные языковые средства характеризуют современный деловой текст как личностно и эмоционально окрашенный, в котором убеждение адресата происходит «не за счёт содержательных, логических средств, а с помощью эмоциональных, психологических». Исследователь также подмечает такое негативное следствие подобного процесса, как отход от соблюдения литературных норм письменной речи.

Наблюдая за развитием арабского делового письма, автор делает вывод о том, что сложившаяся традиция, которой характерно «превалирование общественного, коллективного над личным, проявление подчёркнутого уважения и почтения к адресату», не позволяет более открыто выражать свою индивидуальность, обращаясь с деловым письмом к коммуниканту. Подобная индивидуализация допустима, отмечает

автор, в случае, если адресантом является человек, занимающий высокую должность. Однако, на наш взгляд, такой вывод недостаточен, так как в качестве примера приведено единственное письмо; необходимы уточнения и привлечение более широкого материала для исследования, включая переписку на уровне малых фирм и организаций, чтобы четче проследить линию развития подобного рода писем в арабской практике делового общения.

В целом, в статье характеризуются причины усиления личностного начала в современной деловой переписке, достаточно подробно описываются языковые особенности, которые демонстрируют индивидуальность русскоязычного адресанта. Автору можно было бы порекомендовать тщательнее рассмотреть языковые изменения арабских деловых писем. Тем не менее, считаем, что статья «Деловое письмо в системе современной межличностной коммуникации (на материале русской и арабской деловой корреспонденции)» написана на актуальную тему, содержит ценные наблюдения, поэтому может быть рекомендована в печать.