

СИНТАКСИЧЕСКАЯ ТРАДИЦИЯ РУССКОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Аль-Анбаги Шайма Тамер Хасан

Аспирант

Российский университет дружбы народов

Шаклеин Виктор Михайлович

Доктор филологических наук, профессор

Российский университет дружбы народов

thamershaima1@gmail.com

SYNTACTIC TRADITION OF RUSSIAN BUSINESS WRITING

*Al-Anbagi Shayma Tamer Hassan
V. Shaklein*

Summary: The article considers the language of Russian business correspondence from the point of view of its syntactic, structural component. The object of the study was business letters of different subgenres, and its subject was the features of the syntactic constructions used in them by the authors. The goal was to identify the syntactic tradition of Russian business writing and the features of its implementation at the present stage of development of business correspondence. The study used a descriptive method, methods of contextual and component analysis, as well as an integrated approach. Attention was drawn to the combination of traditional and new syntactic means determined by the nature of modern business communication.

The scientific novelty of the study lies in the fact that for the first time it considers the syntax system of Russian business writing as a product of a certain linguistic tradition, which receives an original interpretation at the present stage of language development. It was revealed that the traditional syntactic means used with high frequency (non-exclamatory declarative sentences, passive constructions, one-part, complicated and complex sentences, constructions with an indirect expression of a question and motivation, etc.) are designed to support the principles of unification and standardization of business communication, to make communication non-personal, official. At the same time, new syntactic features that are becoming more widespread (direct expression of a question and motivation, exclamatory sentences, introductory words and sentences, etc.) work in the opposite direction and reflect the strengthening of the personal nature of written business communication. The conclusion is made about the formation of a new tradition in modern business writing, according to which communication is carried out more emotionally, and the distance between the author and the addressee of the letter is reduced.

Keywords: Russian language, formal business style, business letter, correspondence, business correspondence, syntax, sentence, syntactic construction, formality, personal beginning.

Аннотация: В статье рассмотрен язык русской деловой корреспонденции с точки зрения его синтаксической, структурной составляющей. Объектом исследования стали деловые письма разных субжанров, а его предметом – особенности использованных в них авторами синтаксических конструкций. Была поставлена цель выявить синтаксическую традицию русского делового письма и особенности её реализации на современном этапе развития деловой переписки. В ходе исследования использованы описательный метод, методы контекстуального и компонентного анализа, а также комплексный подход. Внимание было обращено на сочетание традиционных и новых, обусловленных характером современного делового общения синтаксических средств.

Научная новизна исследования состоит в том, что в нём впервые рассмотрена система синтаксиса русского делового письма как продукт определённой языковой традиции, получающий оригинальную интерпретацию на современном этапе развития языка. Выявлено, что традиционные синтаксические средства, используемые с высокой частотностью (невосклицательные повествовательные предложения, пассивные конструкции, односоставные, осложнённые и сложные предложения, конструкции с косвенным выражением вопроса и побуждения и др.), призваны поддерживать принципы унификации и стандартизации деловой коммуникации, делать общение неличным, официальным. В то же время новые синтаксические особенности, получающие всё большее распространение (прямое выражение вопроса и побуждения, восклицательные предложения, вводные слова и предложения и др.), работают в противоположном направлении и отражают усиление личностного характера письменной деловой коммуникации. Делается вывод о формировании в современном деловом письме новой традиции, согласно которой коммуникация осуществляется более эмоционально, а дистанция между автором и адресатом письма сокращается.

Ключевые слова: русский язык, официально-деловой стиль, деловое письмо, переписка, деловая корреспонденция, синтаксис, предложение, синтаксическая конструкция, официальность, личностное начало.

Введение

В профессиональной деятельности современного человека всё большую важность обретает деловая коммуникация, в том числе общение с помощью деловых писем. С широким распространением электронной коммуникации деловая переписка стала вестись более активно, появилось множество технологических площадок, организующих доставку деловой корреспонденции и делающих общение деловых партнёров более

оперативным. Деловое письмо является достаточно стабильным и в то же время весьма динамично развивающимся жанром официально-делового стиля, испытывающим на себе влияние других стилей, форм и жанров коммуникации и одновременно сохраняющим свои традиции. Анализ традиций и инноваций в языке делового письма будет способствовать оценке общих процессов, проходящих в современном русском языке и связанных с современным коммуникативным пространством, что и определяет актуальность настоящего исследования.

Обзор литературы

Язык деловых писем изучается современными лингвистами довольно активно, но при этом учёные касаются не всех его аспектов. Уделяется внимание культуре делового письма, допускаемым в письмах речевым и грамматическим ошибкам [1; 8]; коммуникативным особенностям деловых писем [3], системе входящих в них жанровых разновидностей [5], стилистическим контаминациям в деловом письме [7], средствам речевого этикета в письмах [6] и другим вопросам и процессам.

Синтаксис деловых писем становится предметом анализа нечасто. К примеру, рассматриваются сложно-подчинённые предложения [2], параллельные синтаксические конструкции в письмах [10], явления устно-разговорного синтаксиса в языке деловой письменности [9] и некоторые другие особенности. Чаще становятся предметом анализа вопросы исторического синтаксиса деловой письменности [4; 11], чем его современные синтаксические характеристики. В то же время синтаксический строй современных деловых писем нуждается в комплексном освещении. Синтаксис представляет собой систему окончательного оформления текста, придающую ему завершённый вид, который и предлагается адресату.

Методология исследования

Основными методами исследования послужили описательный метод, который позволил охарактеризовать деловые письма с точки зрения их структуры и синтаксического строя, а также методы контекстуального и компонентного анализа, с помощью которых письма рассматривались в широком историческом и культурном контексте, со вниманием каждому из компонентов синтаксического строя. Применялся комплексный подход, позволяющий оценивать явления синтаксиса русского делового письма комплексно, с учётом разнообразных факторов.

Материалом для исследования стала собранная автором картотека деловых писем различных российских фирм (компаний); общий объём материала около 1000 страниц текста.

Результаты исследования

Анализ структуры русских деловых писем позволил выделить в них следующие традиционные синтаксические особенности и конструкции:

- пассивные (страдательные) конструкции, с помощью которых деятель (и, соответственно, автор письма) выносится на вторую позицию: *«Правительством Свердловской области проводится активная работа по освоению региональными*

предприятиями производства импортозамещающей продукции»;

- определённо-личные предложения с глаголом-сказуемым в форме 1-го лица ед. или мн. числа, также не называющие напрямую деятеля и адресанта: *«Прошу Вас предоставить скан-копии уставных документов организаций, от которых Вы ведёте коммерческую деятельность с нашей компанией, согласно перечню...»;*
- повествовательные предложения, формирующие эмоционально-нейтральную тональность текста: *«По Вашему запросу готовы предоставить копии необходимых уставных документов»;*
- косвенно выражаемая в повествовательных предложениях интеррогативность – представление вопроса как сообщения с соответствующей интонацией: *«Сообщите, пожалуйста, как идёт работа по подготовке проекта»;*
- так же косвенно выражаемая императивность, то есть использование вместо побудительных предложений повествовательных: *«ООО “АЯК-Регионы” просит вернуть денежные средства (недопоставленное оборудование) в размере 180 138,0 (сто восемьдесят тысяч сто тридцать восемь рублей, 00 копеек) по счету № 1035 от 28 октября 2021 г.»;*
- обособленные члены, осложняющие структуру простого предложения (причастные, деепричастные обороты, обстоятельства с составными предлогами и т.д.): *«В целях координации проводимой работы прошу подготовить информацию о потребности организаций, **входящих в Ваши объединения**, в импортозамещающей продукции в соответствии с прилагаемой формой»;*
- однородные члены предложения, в том числе с обобщающими словами: *«За каждым заказчиком закрепляется постоянный менеджер, который знает все индивидуальные особенности выполняемых перевозок: род и характер перевозимых грузов, места и условия погрузки, маршруты движения»;*
- сложные предложения: *«Мы приложим максимум усилий, чтобы оправдать Ваше доверие и обеспечить Вам сервис самого высокого качества».*

Синтаксическая традиция, определяющая использование названных конструкций, складывалась в течение длительного времени существования русской деловой переписки как явления, а самого делового письма как жанра. Можно сказать, что все отмеченные выше синтаксические особенности нацелены на придание деловому письму официальности, снижение в нём личностного начала, деперсонификацию. Этому служат и синтаксические средства, в результате которых предложения становятся более длинными, распространёнными, воспринимаемыми только в письменном виде (сложные и осложнённые предложения). Подчиняясь данной синтаксической тра-

диции, деловые письма должны звучать неэмоционально, строго, логично, ровно, безличностно. Таким образом в них соблюдаются принципы стандартизации, унификации, убедительности, доказательности и др.

Однако на данном этапе развития деловой корреспонденции, когда она начинает занимать всё более значимое место в информационном пространстве, данные традиционные структурные особенности дополняются новыми, начинающими формировать обновлённую синтаксическую традицию. Проанализированный материал позволяет нам выделить некоторые из таких особенностей, противоречащих обозначенным выше.

Во-первых, в современных деловых письмах достаточно часто используются восклицательные предложения. Например:

Просим Вас, не менее чем за один час до приезда, сообщать нам о предполагаемом времени прибытия на склад для получения товара!

Спасибо за сотрудничество!

Функция восклицательных предложений – передавать эмоции, экспрессию, поэтому в официально-деловом стиле, к которому принадлежит жанр делового письма, они практически не используются. В письмах исключение составляют только обращения к адресату, где восклицательность формальна: «*Уважаемый Иван Иванович!*». Эта традиция в данный момент трансформируется, и восклицательные предложения начинают передавать просьбы к адресату, благодарности и т. п. Также с их помощью адресанты рекламируют деятельность собственных фирм, хотят показать себя заинтересованными в совместных с адресатом коммерческих успехах, создают в письмах атмосферу положительного настроения и оптимизма.

Во-вторых, вместо определённо-личных предложений нередко употребляются двусоставные, в которые введено подлежащее *мы*. Например: «*Мы предлагаем вам персональные условия работы*». Таким способом адресант акцентирует внимание на себе, привлекает к себе внимание. Встречаются такие конструкции главным образом в письмах рекламного характера и/или с элементами саморекламы. Для автора письма становится более важной собственная личность, он стремится подчеркнуть, акцентировать собственную заинтересованность, своё участие в описываемом в письме процессе.

В-третьих, прямо, с помощью вопросительных предложений начинает выражаться интеррогативность. Наблюдается это также в основном в рекламных письмах. Например, в отдельном абзаце письма приводится вопрос: «*Почему мы?*», за которым, уже в следующих абзацах, следует перечень достоинств фирмы, оформленный в виде списка («*Широкая география и ассортимент*

услуг», «*Собственный автопарк*» и т.д.). Конструкция в целом представляет собой вопросно-ответный ход, имитирующий живой диалог, непосредственное общение автора и адресата, кроме того, она повышает эмоциональный градус общения.

В-четвёртых, прямо, с помощью побудительных предложений, начинает передаваться и императивность: «*Используйте самую полную правовую базу среди коммерческих справочных правовых систем в России*», что обычно наблюдается в письмах – коммерческих предложениях. Подобные предложения встречаются нечасто, обычно побудительность выражается косвенно, с помощью индикатива, однако они всё же встречаются.

В-пятых, в деловых письмах авторами используются вводные слова и предложения, выражающие эмоции. Например: «*Поздравляем Вас с приобретением справочно-правовых систем КонсультантПлюс. Надеемся, они станут для Вашей организации надёжным помощником при работе с нормативными документами*».

Каждая из названных синтаксических особенностей в той или иной степени отражает усиление в современном деловом письме личностного начала, формирование тенденций к снижению официальности и проникновению в деловую сферу элементов устной разговорной речи, которые непосредственно связаны с созданием в письмах живого образа адресанта. Авторы современных писем в большинстве случаев стремятся не отстраниться от адресатов, а создать в их восприятии собственный портрет как личностей, людей, обладающих эмоциями и искренне заинтересованных в успехах как собственной фирмы, так и компании-адресата. Синтаксический строй становится одним из эффективных инструментов данного процесса.

Заключение

В современных русских деловых письмах наблюдается очень сильная синтаксическая традиция, поддерживаемая на данном этапе за счёт регулярного использования целого комплекса традиционных для деловой коммуникации синтаксических средств и структур: пассивных конструкций, односоставных предложений, невосклицательных повествовательных предложений, косвенного выражения побудительности и интеррогативности, осложнённых и сложных предложений и т.п. Данные структурные средства способствуют сохранению деловыми письмами таких свойственных им в течение длительного времени особенностей, как неличный характер, официальность, строгость, стандартизация, унификация. Однако на данном этапе развития коммуникации традиция пополняется комплексом противоположных по коммуникативному эффекту синтаксических средств: вопросительных и побудительных предложе-

ний, двусоставных предложений вместо односоставных, восклицательных предложений, предложений с вводными словами и словосочетаниями и т.п.

В результате на пересечении традиционных и новых структурных средств в строе современного делового письма формируется обновлённая синтаксическая традиция. Она не отменяет средств, формирующих стандартное, привычное пространство делового письма, но в то же время вносит у него личностный характер, эмоциональность. Автор и адресат деловой переписки выступают как два субъекта непосредственного диалога, нацеленные на организацию плодотворного сотрудничества в коммерческой и производственной сферах.

Сочетание в современных деловых письмах на первый взгляд несочетаемых языковых элементов, символизирующих, соответственно, письменную и устную, официальную и неофициальную, традиционную и новую коммуникацию, находится в соответствии с общими тенденциями развития современного русского языка.

Перспективы данного исследования состоят в детальном изучении каждого их традиционных и новых синтаксических элементов, перечень которых намечен в данной статье. Необходимо выявить связь новых синтаксических характеристик делового письма с традиционными, способы их сочетания и контаминации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимova X.Ш. Речевая культура делового письма // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2011. № 630. С. 10–16.
2. Ахетова А.А., Нещадим О.В., Бейсенова М.К., Эйсмонт Е.А. Синтаксические и лексические особенности сложноподчиненных предложений делового письма // Вестник Омского регионального института. 2018. № 1. С. 38–44.
3. Безнаева О.А. Адресат делового письма как фактор повышения эффективности представления информации // Альманах современной науки и образования. 2011. № 7. С. 152–154.
4. Выхрыстюк М.С. Вопросы исторического синтаксиса деловой письменности г. Тобольска второй половины XVIII в. (о порядке следования главных членов в простом предложении) // Вестник Тобольского государственного педагогического института им. Д.И. Менделеева. 2009. № 10. С. 153–161.
5. Дарбишева Х.А. Жанровые особенности деловых писем // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2013. № 1 (21). С. 36.
6. Кириллова О.Н. Средства речевого этикета электронного делового письма // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 45. С. 1605–1612.
7. Корниенко К.Б. Стилистическая контаминация в деловой переписке 30-х годов XX века // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. № 4. С. 28–31.
8. Крылова М.Н. Типичные ошибки в языке деловых бумаг // Современные научные исследования: проблемы и перспективы: Мат. IV Междунар. науч.-практ. конф.; под общ. ред. М.Н. Крыловой. М.: Перо, 2019. С. 172–179.
9. Майоров А.П. Явления устно-разговорного синтаксиса в языке деловой письменности XVIII века (по памятникам Забайкалья) // Русский язык в научном освещении. 2014. № 1 (27). С. 206–236.
10. Маркова В.А. Параллельные синтаксические конструкции в деловых текстах разных жанров: закономерности выбора // European Scientific Conference: Сб. ст. XXI Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: Нип, 2020. С. 133–138.
11. Черныш О.А. Синтаксические особенности текстов официально-деловых документов первой трети XX в. и начала XXI в.: сопоставительный аспект // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. № 2. С. 139–146.

© Аль-Анбаги Шайма Тамер Хасан, Шаклеин Виктор Михайлович (thamershaima1@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»