Государственное образовательное учреждение

Высшего профессионального образования

Астраханский государственный технический университет

Кафедра русского языка

**Учебная дисциплина: Этика делового общения**

**реферат на тему:**

**РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ПИСЬМА**

**Выполнил:**

**студент 2 курса, группы ДЮФ-22**

**Измайлова Р.Р.**

Астрахань 2010

**План**

Введение

1 Формулы обращений

2 Речевая ситуация и стандартные средства языка

3 Композиция деловых писем

4 Языковой стандарт делового письма

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

Слово этикет (от французского etiquette – ярлык, этикетка) определяется как совокупность правил поведения. Касающихся отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры, одежда).

Речевой этикет – это совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях. В различных сферах человеческой деятельности этикетные средства используются различно. Поэтому в самостоятельные системы выделяются его разновидности:

|  |  |
| --- | --- |
| Речевой этикет | - воинский этикет  - дипломатический этикет  - церковный (православный) этикет  - светский этикет  - служебный (деловой) этикет |

Различные виды этикета представлены системой различных этикетных формул: Ваше преосвященство (церковному служителю высокого сана) и товарищ генерал (в старой русской армии Ваше превосходительство). Однако общим принципом использования этикетных средств в любой сфере общественной жизни остается принцип вежливости.

В деловой переписке использование этикетных средств носит также регламентированный характер. Этикет это кодекс цивилизованного поведения, который базируется на потребности человека быть признанным, на учете его социального статуса и достоинства.

Специфика делового общения заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляется в правовых рамках. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Специфической особенностью делового общения является его регламентированность, т.е. подчиненность установленным правилам и ограничениям.

**1 Формулы обращений**

Этикет - важнейший инструмент в достижении коммуникативной цели и одновременно проявление культуры пишущего (говорящего).

Нам всем хорошо известно, что одну просьбу исполнять приятно, а другую - нет. Содержание высказываний может быть идентичным, а вот форма и тональность - нет.

Иногда одну просьбу от другой отличает наличие всего одной фразы, которая многое меняет в восприятии текста, создавая дополнительный стимул для принятия положительного решения по обсуждаемому вопросу.

К сожалению, очень часто этой одной фразы в деловых письмах как раз и не хватает.

В цивилизованном обществе хорошо разработанный этикет предлагает большой выбор речевых формул, которые в любой ситуации помогают адресанту (отправителю) оставаться вежливым, заботящимся о сохранении чувства собственного достоинства получателя в любой ситуации. Целый ряд ситуаций, таких, например, как ситуации отказа, задержки положительного решения, несогласия, предполагает использование в начале ключевой фразы слов, выражающих сожаление.

К сожалению, мы не можем согласиться на Ваши условия...

К сожалению, проблемы с неплатежами не позволяют нам воспользоваться Вашим предложением в ближайшее время...

С сожалением вынуждены сообщить о невозможности...

До сих пор мы скупимся на слова благодарности, которые должны использоваться в ответах на предложение, запрос, приглашение, поздравление, соболезнование и т.п.

Во всем мире благодарят за точность, за своевременный ответ.

Благодарим Вас за своевременный ответ.

Благодарим Вас за предложение...

Позвольте выразить признательность за участие в...

Выражение лучших чувств: радости, надежды, уверенности, одобрения, признательности - не просто украшает текст, лишая его привычной сухости, но и создает определенную тональность восприятия, которая влияет на отношение адресата к сообщаемому.

Примите мое приглашение, и я надеюсь, что Вы найдете время для...

С удовольствием приглашаю Вас принять участие в...

Имею честь пригласить Вас...

Мы были бы рады видеть Вас на...

Приглашение, сделанное при помощи этих и подобных им выражений, будет принято скорее, чем сухое "Приглашаем Вас на...".

Заключительные фразы письма особенно важны для закрепления положительных эмоций, которые должны поддерживать нормальное деловое общение.

Заранее благодарим.

Надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество.

Надеюсь на дальнейшие добрые и взаимовыгодные отношения.

С удовольствием рассмотрим другие варианты.

С интересом ждем от Вас новых предложений.

Мы уверены, что недоразумение будет улажено в ближайшее время.

Давно известно, что самым сладостным и самым важным звуком для любого человека является его имя.

"Еще Франклин Д. Рузвельт знал, что один из самых доходчивых и самых действенных способов завоевать расположение окружающих - это запомнить их имена и внушить им сознание собственной значительности", - писал в своей знаменитой книге "Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей" Дейл Карнеги.

Это бесценные советы не только для говорящих, но и для пишущих.

В наши дни возвращаются старые обращения - речь идет прежде всего об индексовом обращении "господин" - "господа", имевшем до 1917 года статус официального. Однако его употребление еще не стало системным. Оно широко используется в сфере политики, в среде предпринимателей, деятелей искусства, реже в среде чиновников.

Однако следует помнить, что даже сведенное до индекса вежливости при пофамильном обращении или адресации слово это не свободно от лексического значения, включающего представление о социальном статусе адресата.

Так обращаются в письмах к деловым партнерам, предпринимателям, банкирам, должностным лицам, деятелям искусства, политикам. При этом совершенно невозможно представить себе ситуацию использования этого обращения к социально незащищенным группам: "господа инвалиды", "господа беженцы", "господа безработные". В особенно тяжелом положении оказываются в этом случае составители деловых писем, поскольку сегодня в русском языке отсутствует и общенациональное универсальное обращение, которым до 1917 г. было парное обращение "сударь - сударыня" (милостивый государь - милостивая государыня).

Многообразие форм собственности (сегодня существуют совхозы, колхозы, артели наряду с индивидуальными и акционированными предприятиями) обусловливает многообразие форм обращения: с индексом - без индекса, пофамильное - по имени и отчеству.

Уважаемый господин Бобылев...

Уважаемый Алексей Степанович...

Слово "уважаемый" тоже не универсально, оно не включается в формулу поименного обращения к особо важной персоне (V.I.Р. - very important person). Такой персоной считается не только высокое должностное лицо (члены правительства, парламента, губернаторы, мэры), но и заслуженный деятель науки, искусства, известный общественный деятель. В письмах к таким людям используются обращения: глубокоуважаемый, высокоуважаемый.

Главному конструктору завода "Прогресс"

канд. техн. наук Аристову А.В.

**Глубокоуважаемый Александр Васильевич!**

Знак восклицания в этом случае указывает на то, что факту обращения к данному лицу или затронутому вопросу придается особое значение.

Часто при обращении к коллективному адресату используются выражения:

Уважаемые господа!

Уважаемые дамы и господа!

Уважаемые коллеги!

Последнее уместно при обращении к лицам одной профессии. Выбирая формулу обращения, нужно помнить, что пофамильное обращение подчеркивает дистанцию и придает письму более официальный характер, а обращение по имени и отчеству подчеркивает налаженность деловых отношений.

Отсутствие пофамильного и поименного обращения допустимо только при наличии коллективного адресата и в трафаретных письмах, а также при адресовании письма юридическому лицу.

Заключительные фразы письма так же значимы, как и начальные. В деловом письме, как и вообще в бизнесе, не бывает мелочей или незначащих деталей.

Завершение письма всегда связано с обозначением перспектив (сотрудничества, деловых отношений, проекта, решения вопроса и пр.). Именно поэтому последние фразы выражают надежду, уверенность, радость, одобрение, признательность, о чем говорилось выше.

С наилучшими пожеланиями...

С наилучшими пожеланиями и надеждой на сотрудничество...

Всегда рады оказать Вам услугу...

Добро пожаловать на наш семинар!

Пожелание может быть высказано прямо, а может быть и завуалировано, дано в подтексте.

Мы надеемся, что Вы оцените преимущества нашего проекта и примете участие в...

Начальные и заключительные фразы этикетного характера в деловом письме называются этикетной рамкой. Они обрамляют текст (сообщение), устанавливая непосредственный контакт с адресатом и регулируя отношения корреспондентов.

Корректность и оптимизм определяют тональность деловых писем. В деловой переписке совершенно исключаются насмешки, колкости, проявления грубости и даже ирония.

Использование этикетных средств позволяет смягчить категоричность требования. Сравните:

Считаем, что договор N 219 Э/97 от 01.01.97 должен быть заключен в нашей редакции.

Считаем целесообразным (надеемся, что мы смогли Вас убедить) заключить договор N 219 Э/97 от 01.01.97 в нашей редакции.

Фраза с этикетной формулой конечно же объемнее. Но партнерские отношения гораздо дороже затрат "на вежливость". Убеждает не только информация, но и тональность, в которой ведется переписка. От интонации и стиля письма, по мнению экспертов, зависит характер делового диалога между фирмами, организациями.

С помощью этикетных средств можно снять чрезмерную официальность, сухость послания, разнообразить интонационный рисунок текста, придать деловой речи при необходимости экспрессивные оттенки.

Решить Ваш вопрос, к счастью, оказалось возможным...

Учитывая Ваш вклад в развитие нашего комплекса...

Примите сердечные, искренние поздравления...

Ваше приглашение к нам пришло, к сожалению, поздно, тем не менее мы полны решимости...

Помимо этикетных фраз арсенал этикетных средств включает этикетные тексты. Это чаще всего тексты-аналоги. В деловой переписке они представлены письмами-поздравлениями, письмами-соболезнованиями. Такие тексты чаще всего имеют общую текстовую схему с незначительными вариантами. Например:

**Поздравление с юбилеем**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Уважаемый (Фамилия И.О.)  Многоуважаемый  Дорогой | Позвольте  Разрешите | мне  нам | от имени... | поздравить Вас с юбилеем и пожелатъ | Вам  Вашей фирме | здоровья и успехов в работе  преуспевания на долгие годы  процветания и благополучия |

**Телеграфный стиль**

Примите наши поздравления с юбилеем

НПО "Союз"

**Соболезнование**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Выражаем  Примите наше | глубокое  искреннее | соболезнование  сочувствие | по поводу | безвременной кончины...  несчастного случая... | Разделяем | Ваше горе  потерю  Вашу скорбь |
| Скорбим вместе с Вами... | | | | | | |

**Телеграфный стиль**

Примите наши (искренние) соболезнования

Скорбим по поводу безвременной кончины...

Стандартные тексты, приведенные выше, сплошь состоят из этикетных клишированных фраз. Их использование в деловой переписке обусловлено спецификой делового общения. процедурными, формальными требованиями.

Специфика письменного делового диалога состоит еще и в том, что в нем исключается все личное, индивидуально значимое, не относящееся к делу.

Соболезнование, отсылаемое родственникам, может выглядеть совершенно иначе:

Санюша, дорогой, уж как мы все плакали, убивались - передать невозможно. Какое горе! Береги себя, мой родной, смотри за Леночкой - и т. д.

Так пишут близкие люди, рассчитывающие на то, что письмо будут читать в кругу родных, не выбирающие поэтому "официальных слов", не скованные условностями общения и часто не думающие о форме подачи текстового сообщения.

В деловом общении, напротив, очень важны форма и соблюдение условностей. Это касается специальных этикетных формул, и не только.

Этикетные ритуалы, выраженные глаголами-перформативами, включены, как правило, в устойчивые выражения, как и остальные формулы речевого этикета:

Я (с удовольствием) приглашаю Вас принять участие в...

Благодарю Вас за участие...

Искренне благодарю Вас за...

Сердечно благодарю Вас за...

Прошу Вас направить в наш адрес...

Заверяю Вас в том, чтомы приложим все усилия...

Желаем Вам успехов и надеемся на будущее взаимовыгодное сотрудничество...

С благодарностью подтверждаю получение отВас...

К этикетным ритуалам, используемым в деловых письмах, относятся также различные виды похвалы:

Вы проявили сердечное внимание к детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей... (прямая похвала)

Учитывая Ваш большой вклад а развитие технического прогресса в промышленности... (косвенная похвала)

Поскольку Ваша фирма является ведущим поставщиком компьютерной техники... (косвенная похвала)

К этикетным ритуалам относят и выражение надежды, уверенности, благодарности в конце письма:

Надеюсь на дальнейшие добрые и взаимовыгодные, отношения...

Надеемся на скорейшее принятие решения...

Надеемся, что результатом переговоров станет долговременное и плодотворное сотрудничество наших предприятий.

Желаем успехов и надеемся на будущее взаимовыгодное сотрудничество.

Надеемся, что наша просьба будет рассмотрена в ближайшее время.

Вежливая форма именования адресата в деловой переписке предполагает использование местоимений "Вы", "Ваш" с прописной буквы.

Согласно Вашей просьбе высылаем Вам последние каталоги нашей продукции.

В конце этого месяца мы с удовольствием воспользуемся Вашими услугами.

Нельзя не учитывать эффективность этикетных формул, арсенал которых в русском речевом этикете очень велик. От тона письма во многом зависит успех дела. Еще Френсис Бэкон утверждал, что вести деловой диалог в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и располагать их в правильном порядке.

Один из ведущих исследователей речевого этикета, Валентин Евсеевич Гольдин, справедливо пишет в своей книге "Речь и этикет"' о том, что весь текст и каждая часть письма направлены на адресата. Так что в тексте делового письма помимо этикетных формул сама структура текста и содержание будут ориентированы на адресата. Следовательно, содержание письма, его объем и структура тоже передают этикетную информацию - информацию о равенстве или неравенстве отношений, о стремлении поддерживать деловые контакты или о желании прервать их.

Система отрицательных этикетных знаков (не полученный вовремя ответ, неполучение ответа) прочитывается как нежелание поддерживать деловые отношения, как знаки неуважения.

Этикет подчинен сложившейся системе ценностей, отражает и закрепляет ее. Вместе с тем этикет - явление национальное, имеющее у каждого народа ярко выраженную специфику.

Для русского речевого этикета характерно выделение приоритетов в ином порядке, чем, скажем, для английского или французского: для англичан первичен социальный статус, затем пол и в третью очередь личные заслуги, для французов - пол, социальный статус и затем личные заслуги, для традиций русского речевого этикета характерно равновесие таких приоритетов, как личные заслуги и социальный статус, а вот признак пола практически не существен для выбора этикетного знака.

Нивелирование полов - характерная черта русского служебного этикета. Это обстоятельство связано с тем, что до 1917 года женщин на государственной службе практически не было, а в советскую эпоху господствовало бесполое обращение "товарищ".

Мы выбираем существительное мужского пола для обозначения должностного лица, кем бы оно ни было: прокурор Степанова О.А., генеральный директор Осипова Н.Я., менеджер Горшкова Л.И.

Адресация дает возможность использования индекса "г-жа", являющегося в том числе и вежливым указанием на пол адресата:

Менеджеру по рекламе

г-же Никитиной О.Я.

Этикет дает нам много возможностей для регулирования отношений между корреспондентами и для достижения самых различных коммуникативных целей. Аксиома этикетных требований - забота о сохранении чувства собственного достоинства адресата и принцип удовольствия от общения, столь важный для желающих установить прочные деловые контакты.

Фактор адресата и особенности речевой ситуации должны учитываться при выборе этикетных средств.

Вслед за заключительными репликами вежливости следует **самоименование** должностного лица, подписывающего документ, и его подпись. В самоименование включаются указание на занимаемую должность и название организации, если письмо направляется не на бланке учреждения, в противном случае — только должность.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Начальник Главного Управления образования | (Подпись) | Е.Я.Коган |
| Директор Воскресенского  ПАТП | (Подпись) | В.В.Сиволобов |
| И.о. начальника Главного Управления образования Самарской области | (Подпись) | В.А.Прудникова |

Или

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Генеральный директор | (Подпись) | С.А.Прохоров |
| Главный бухгалтер | (Подпись) | М.И.Притула |

Если письмо направляется от имени Ученого совета какого-либо научного заведения, самоименование представляет собой указание на ту роль, которую то или иное лицо выполняет в данном органе:

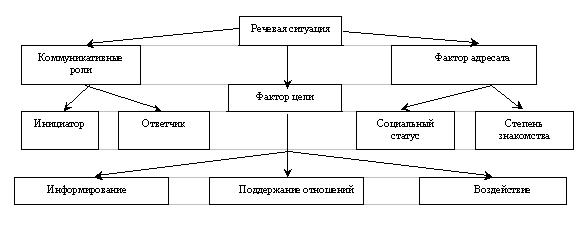
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Председатель Ученого совета института | (Подпись) | П.Н. Сергеев |
| Секретарь Ученого совета | (Подпись) | Л. Д. Сухов |

Универсальным принципом использования этикетных средств является принцип вежливости, который выражается в рекомендациях, данных читателям в одном старом русском письмовнике и не утративших актуальности по сей день: "Первая обязанность пишущего — помнить свое собственное положение, знать положение лица, которому мы пишем, и представлять себе последнего так ясно, как будто мы стоим перед ним и разговариваем". Это особенно важно сегодня, когда официальная переписка начинает носить более личный и динамичный характер.

1. **Речевая ситуация и стандартные средства языка**

Для деловой переписки понятие речевой ситуации включает следующие необходимые факторы.

На приведенной схеме выделены основные объективные факторы речевой ситуации, среди которых, пожалуй, самым важным является **фактор цели**. Поскольку ясно осознанная и хорошо сформулированная цель - основа коммуникативного успеха, она подается в виде речевой формулы, ключевым словом которой является глагол-действие: прошу, сообщаем, предлагаем, требуем и т.п.



Речевые цели связаны с необходимостью:

* (а) привлечь внимание к проблеме, информировать адресата;
* (б) побудить к действию - решению проблемы, склонить к участию в чем-либо, заставить совершить необходимое действие;
* (в) документировать, придать юридический статус какому-либо событию (чаще всего финансовой операции);
* (г) поддержать деловые отношения, сделать их более прочными.

Цель определяет тематический и функциональный тип деловой бумаги, композицию письма, его тональность. Однако особое значение в этой связи имеет ключевая формула. Так, цель, предполагающая воздействие на адресата, часто реализуется в виде формулы, состоящей из мотивационной части и собственно речевого действия.

В связи с изменением цен на энергоносители просим Вас привести в соответствие с новыми тарифами расчеты за IV квартал 1996 года.

При этом мотивация должна отвечать принципу достаточности, а речевое действие должно быть реализовано в убедительной и вежливой форме.

Мы были бы рады получить от Вас ответ не позднее...

С удовольствием сообщаем Вам...

Требуем незамедлительно погасить задолженность...

Цель, предполагающая информирование адресата, как правило, реализуется в виде формулы, непосредственно вводящей сообщение.

Сообщаем Вам...

Отвечаем Вам настоящим письмом...

Ставим Вас в известность...

ЗАО "Веста " заявляет о...

Гарантируем...

Информируем Вас о...

**Фактор адресата** влияет на выбор этикетных фраз, состав и оформление реквизитов, иногда даже на лексический состав текста письма и его объем: к народным избранникам, к заслуженным деятелям науки и культуры, к высокопоставленным чиновникам обращаются со словами: "глубокоуважаемый", "многоуважаемый", в остальных случаях - "уважаемый":

Глубокоуважаемый Дмитрий Сергеевич!

Уважаемый г-н Кутю...

В случае если адресат хорошо известен, для обращения используется формула, включающая имя и отчество адресата:

Уважаемый Владимир Егорович...

Уважаемая Марина Алексеевна!

Практику обращения только по имени в русских деловых письмах нельзя считать плодотворной, хотя она появляется сегодня в деловой корреспонденции. Обращение регулирует социальную дистанцию общения. У русскоговорящих есть прекрасный инструмент такого регулирования - обращение по имени и отчеству в условиях официального общения и обращение по имени в неофициальной обстановке. Эти различия представляют традиции русской речевой культуры.

Письмо хорошо знакомому адресату, постоянному партнеру, коллеге будет более лаконичным, что объясняется общим знанием каких-то реалий, подробностей.

Транспорт прибыл 21.01.96. Просим подтвердить дату отправки и наличие сопроводительных документов.

С уважением Барабин Е.Л.

Такой текст приближается к телеграфному по лаконизму. И напротив, чем менее знаком адресат, тем полнее должна быть информация, содержащаяся в письме.

Обдумывая первую фразу письма, мы выбираем не только конструкцию высказывания, но и его **тональность**. Именно последняя часто определяет выбор лексических средств

Позвольте сообщить Вам...

Мы с удовольствием сообщаем Вам...

Примите к сведению...

Доводим до Вашего сведения...

Приведенные выше стандартные выражения функционально однородны, однако тональность их ощутимо различается. В одном случае подчеркивается уважительное отношение к адресату, обладающему достаточно высоким социальным статусом, во втором - официальность, административное давление.

**Коммуникативные роли** - это роли инициатора письменного диалога и отвечающей стороны. Инициативные письма; требующие ответа, - в деловой практике это коммерчески, письма. Причем отвечать нужно по возможности быстро, желательно в трехдневный срок. Максимальная отсрочка ответа не должна превышать 10-12 дней.

Инициативные письма, не требующие обязательного ответа:

* письма-требования,
* письма-предупреждения,
* гарантийные письма,
* благодарственные письма,
* письма-сообщения,
* письма-напоминания,
* сопроводительные письма,
* письма-заявления,
* письма-извещения,
* письма-приглашения,
* рекламные письма,
* письма-предложения (представления).

Ролевые позиции инициатора и ответчика реализуются в тексте письма в виде устойчивых формул ввода сообщения:

Настоящим отвечаем на Ваше письмо за ©... от...

Отвечаем на Ваш запрос о поставке запасных частей от...

Позвольте предложить Вам...

Прошу Вас выслать образцы материалов...

Причем в письмах-ответах обязательно повторяются формулировки инициативного письма. Например, письмо-ответ, содержащее отказ в просьбе или отклонение предложения, составляется по схеме:

1. повторение просьбы;
2. причины, по которым просьба не может быть удовлетворена или почему предложение не может быть принято;
3. констатация отказа или отклонения предложения.

На Вашу просьбу о дополнительной оплате торговой наценки на учебники сообщаю, что между Главным управлением образования Самарской области и Роскнигой в 1995 году соглашение подписано не было. Поэтому оплачивать торговую наценку в размере 25 % Главное управление образования не будет.

В заключение инициативных писем часто употребляются фразы, указывающие на желательные сроки ответа:

С нетерпением ждем Вашего письма.

Просим ответить по возможности скорее.

Просим ответить в двухнедельный срок.

Прошу отослать ответ обратной электронной почтой.

1. **Композиция деловых писем**

Каждое деловое письмо может содержать один или несколько аспектов - содержательных фрагментов, включающих речевое действие. Отсюда письма делятся на одноаспектные и многоаспектные. Изложение каждого аспекта содержания в сложном письме обычно начинается с нового абзаца. Композиция, или структура, текста официального письма - это последовательность расположения его составных частей - аспектов. Причем в качестве самостоятельных аспектов рассматриваются речевые фрагменты с однотипными речевыми действиями - просьбами, сообщениями, предложениями. Структура письма в этом случае может выглядеть следующим образом:

I. Просим...

II. Также просим...

III. А также просим...

I. Сообщаем...

II. Одновременно сообщаем...

Выделение каждого речевого действия в самостоятельный аспект необходимо потому, что по каждой просьбе, по каждому предложению принимается **самостоятельное** решение.

Структура аспекта отличается жесткостью и однозначностью. Она определяется как двухчастная: первая часть содержит информацию о реальных, имевших место фактах, событиях (ссылка, мотивация, история вопроса); вторая часть в аспекте модальности ирреальна, декларативна, она называет желаемые, предполагаемые события, выраженные при помощи речевых действий (просьбы, предложения, требования т.п.): Настаиваю на немедленном погашении долга, т.е. композиция служебного письма, содержащего запрос, будет такой:

1. обоснование актуальности запроса;
2. содержание запроса;
3. ожидаемый результат, если запрос будет удовлетворен;
4. формулирование гарантии

**Многоаспектное** письмо представляет собой последовательно повторяющиеся содержательные аспекты, синтаксически оформленные в виде абзацев.

Для связи аспектов и содержательных фрагментов одноаспектных писем используются стандартные выражения:

Во-первых...

Прежде всего...

Во-вторых...

Затем...

В-третьих...

В заключение...

Переходя к следующему вопросу...

Что касается вопроса о...

Учитывая все вышесказанное...

Исходя из вышесказанного...

В связи с необходимостью вернуться к вопросу о...

Подводя итоги, необходимо подчеркнуть...

В заключение выражаем надежду на...

В заключение хотим напомнить Вам о...

Объем абзаца колеблется в деловых письмах весьма существенно - от одного предложения до страницы и более.

Абзацное членение может быть проведено в пределах текста одноаспектного письма, представляющего идеальный вариант композиции, а также в пределах одной композиционной части письма, совпадающей с аспектом. Красной строкой выделяется новая мысль, тема или новый поворот темы письма.

Стандартизация и унификация, требующие единообразия в построении текста, обусловили строгую композиционную соотносимость и закрепленность частей делового письма.

Несоблюдение этих правил затрудняет процесс восприятия текстовой информации. Письма, в которых не соблюдаются правила абзацного членения и выделения аспектов содержания, приходится читать и перечитывать по нескольку раз, что резко снижает их эффективность.

Языковой стандарт делового письма

Своеобразным итогом стандартизации языка делового письма стали тексты-аналоги, или типовые тексты, и трафаретные письма.

**Образец**

**ОАО "ЭКСПО-ВОЛГА"**

443125, г. Самара, Московское шоссе, 264

Тел.: (8462) 53-45-83, 53-46-96 Per. N\_\_

Тел./факс: (8462) 53-46-67, 56-16-03

Заявка на участие в выставке

Товары и предприятия г. Чапаевска (название выставки)

Полное название предприятия Учебно-производственное предприятие Всероссийского общества слепых

Сокращенное название предприятия (для надписи на фризе):

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| У | П | П |  | В | О | С |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Примечание. Вписать название фирмы печатными буквами, в одной клетке - один знак.

Адрес предприятия:

Индекс 446115 Республика\_\_\_\_\_\_\_Область Самарская

Район\_\_\_\_\_\_\_\_\_Населенный пункт\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Улица Ленина Дом 99 Офис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Телефон (указать код города) 3-34-47 Телефакс\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. руководителя Фирсалов Иван Викторович\_\_\_\_\_\_

Должность руководителя директор

Количество участников 2 Ф.И.О. ответственного лица\_\_

Количество арендуемой выставочной площади:

а) закрытая выставочная площадь 4 кв.м.

б) открытая (вне выставочного павильона)\_\_\_\_\_\_кв. м.

Стандартный выставочный стенд 4, 6, 8, 10, 12 кв. м. и т. д.

Забронировать места в гостинице с\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ на\_\_\_ человек

Форма участия (очная, заочная)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Информация для размещения в каталоге (не более 50 слов, возможно приложение на отд. листе):

электропитание (220В, 380В) Мощность

Расчетный счет N 043657619 в Чапаевском отделении Сбербанка 4259\_\_\_\_\_\_\_

БИК 043657619 кор/счет 600164719 ИНН 6335000194 Код по ОКОНХ 17380 , код по ОКПО 02831722 Дополнительные услуги (вписать в таблицу):

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N | Наименование услуги | Цена за единицу | Количество | Сумма |
|  |  |  |  |  |

Общая стоимость услуг, предоставленных ОАО "ЭКСПО-ВОЛГА":\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Настоящим подтверждаем наше участие в выставке "Реклама. Печатный двор. Дизайн" и выражаем свое согласие с правилами и положениями условий участия.

|  |  |
| --- | --- |
| Участник \_\_\_\_\_  Руководитель\_\_\_\_\_  Гл. бухгалтер \_\_\_\_\_ | Организатор \_\_\_\_\_  Руководитель \_\_\_\_\_  Гл. бухгалтер\_\_\_\_\_ |

Появление трафаретных писем было связано с необходимостью решения однотипных проблемных ситуаций в производстве, на транспорте, в торговле.

Типовой текст строится на основе не только клишированных фраз, но и клишированных предложений:

В ответ на Вашу просьбу высылаем Вам интересующую Вас информацию.

Настоящим подтверждаем свое участие в выставке.

Считаем необходимым выразить свое несогласие с Вашими замечаниями по качеству выполнения работ.

Трафаретных текстов сегодня становится меньше, потому что увеличивается количество нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке. Однако контракты, письма-заявки и другие виды писем, необходимых для предприятия в большом количестве, чаще всего представляют собой трафаретные тексты.

**Фразы-клише** в остальных регламентированных текстах могут представлять собой

1. мотивацию речевого действия

|  |  |
| --- | --- |
| В соответствии с | Протоколом о взаимных поставках  предварительной договоренностью  решением арбитража  подзаконным актом о... |
| На основании | Протокола о взаимных поставках  прейскуранта |
| В связи с | открытием новой линии  выходом из строя агрегата |

1. устойчивую речевую формулу ввода информации

Ставлю Вас в известность...

Требуем принять решение о...

Просим принять приглашение на...

1. устойчивые этикетные формулы обращения, приветствия, прощания, поздравления и т.п.

Уважаемые господа!

Имеем честь предложить Вам...

Выражаем надежду на дальнейшее сотрудничество. Всегда к Вашим услугам.

Все эти стандартные аспекты делового письма используются в тексте исходя из практической необходимости, определенной таким понятием, как речевая ситуация.

**Заключение**

Деловая переписка требует соблюдения твердо закрепившихся в деловой практике норм и правил письменной речи, т.е. того, что принято называть ее речевым этикетом. Нормы такого этикета как бы предполагают общественную договоренность о том, что считать принятым в деловой переписке, а что непринятым.

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

Универсальным принципом использования этикетных средств является принцип вежливости, который выражается в рекомендациях, данных читателям в одном старом русском письмовнике и не утративших актуальности по сей день: "Первая обязанность пишущего — помнить свое собственное положение, знать положение лица, которому мы пишем, и представлять себе последнего так ясно, как будто мы стоим перед ним и разговариваем". Это особенно важно сегодня, когда официальная переписка начинает носить более личный и динамичный характер.

Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно составить текст документа, умение работать с документами – важнейшие составляющие профессиональной культуры человека, принимающего решения.

Низкая речевая культура напрямую связана с низкой эффективностью совещаний, переговоров.

Культура речи является экономической категорией. Высокая речевая культура и развитая экономика в передовых странах неотделимы друг от друга, взаимосвязаны. И наоборот, низкая речевая культура общества определяет соответствующий уровень развития и эффективность экономики.

**Список используемой литературы**

1. Акиншина А.А., Формановская Н.П. Русский речевой этикет. – М.: Русский язык, 1978
2. Гольдин В.Е. Речь и этикет. – М.: Просвещение, 1993
3. Снелл Ф. Искусство делового общения. – М., Прогресс, 1990
4. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. – М.: ИПК Издательство стандартов, 2003.
5. Кирсанова М.В., Аксенов Ю.М. Курс делопроизводства: Документационное обеспечение управления: Учеб. пособие. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 320 с.
6. Кузнецова Т.В. Делопроизводство – Москва: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000 г.
7. Кузнецова Т.В. Составление и оформление служебных документов – Москва: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999 г.
8. Организация работы с документами: Учебник/ Под ред. проф. В.А. Кудряева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 592 с.
9. Печникова Т.В., А.В. Печникова Практика работы с документами в организации. Учебное пособие. М.: «ЭКСМОС», 1999.-320 с.
10. Положение о Государственном гербе, утвержденном Указом Президента РФ от 30 ноября 1993 г. № 2050
11. Колтунова М.В Язык и деловое общение. М.: Экономическая литература. -2002
12. Чуковенков А.Ю., Янковая В.Ф. Правила оформления документов: Комментарий к ГОСТ Р 6.30-2003 "Унифицированные системы документации. Унифицированная система организационно-распорядит: издательство: Проспект. год издания: 2005