

## ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ ИНТЕРНЕТ-ПЕРЕПИСКИ

Кожеко А.В.

научный руководитель д-р филол. наук Евсеева И.В.

*Сибирский федеральный университет*

Деловая переписка имеет большое значение, так как она не только позволяет сообщить адресату определенную информацию, но и является залогом установления партнерских отношений и эффективного сотрудничества.

В современном обществе все больше ценится скорость передачи информации, поэтому становятся популярными новые формы взаимодействия, например, общение посредством интернет-сети. Сегодня широкое распространение получило официальное ведение электронной переписки между деловыми партнерами, учреждениями, а также внутри организаций. У руководителей организаций уже есть электронная подпись, что упрощает процедуру взаимодействия с партнерами. Интернет способствует быстрому обмену информацией, документами, позволяет поздравить, пригласить, выразить благодарность, извинение или недовольство определенными действиями адресата и т.д. Нами были проанализированы тексты деловой интернет-переписки преимущественно в образовательных учреждениях в ситуациях «коллега + коллега» и «преподаватель + студент» (тексты публикуются с согласия их авторов; примеры приводятся с сохранением авторского членения текста, орфографии и пунктуации).

Существуют различные классификации деловых писем по функциональному назначению. За основу сопоставления мы взяли классификацию И.Н. Кузнецова (Делопроизводство: Учебно-справочное пособие. М., 2006), в которой автор выделяет 30 типов печатных деловых писем. Анализируя деловую интернет-переписку, мы обнаружили, что эта классификация актуальна и для электронной переписки. Среди таких писем, например, можно выделить: письмо-подтверждение (служит для подтверждения какого-либо факта, например, получения письма), информационное письмо (информирование адресата о перспективах сотрудничества), письмо-поздравление, письмо-приглашение, письмо по случаю представления (используется при заочном знакомстве с адресатом для установления контакта), благодарственное письмо (выражение признательности, благодарности), письмо негативного содержания (отказ, претензия и т.п.), письмо-резюме, краткое письменное сообщение (уведомление, напоминание) и др. Самые распространенные типы электронных писем:

Письмо-просьба:

*"Имя Отчество (далее ИО), отправьте, пожалуйста, отсканированные страницы учебника".*

Письмо-сообщение (целенаправленная передача какой-либо информации):

*"Добрый вечер!*

*Зачет будет проходить в письменной и устной формах, письменная часть будет написана на последнем занятии, устная часть - в день зачета. Удаленно зачеты приниматься не будут. Информацию насчет даты скажу в понедельник или вторник.*

*С уважением, (инициалы, фамилия)".*

Письмо-запрос (предназначено для запрашивания определенной информации):

*"Здравствуйте, ИО!*

*Скажите, пожалуйста, какие именно задания выполнять и отсылать Вам по Вашему предмету?*

*заранее спасибо!*

*С уважением, студенты".*

Сопроводительное письмо (предназначено для сопровождения отправляемых документов, пояснения к файлам):

*"Уважаемые магистранты, высылаю список статей для самостоятельной работы. Вам необходимо выбрать статью и изложить ее содержание на одном из занятий. Желаю успехов. (Инициалы)".*

Письмо-извинение:

*"Уважаемые коллеги!*

*Ложная информация! Ничего придумывать не нужно!*

*Извините за причиненные Вам неудобства!*

*С уважением, ФИО, должность, контакты".*

Таким образом, в проанализированных нами электронных письмах мы обнаружили только 14 описанных разновидностей, но считаем, что другие виды деловых писем (письма-заказы, письма-предложения (оферта), презентационные письма, письма-отказы и др.) также имеют место в интернет-переписке.

Структура электронного делового письма отличается от стандартного письма, представленного в бумажном варианте. Главным отличием является отсутствие реквизитов в электронном письме. Нет необходимости также указывать некоторую информацию, так как она указывается автоматически (дата, время, отправитель и получатель).

Несмотря на различия электронных и бумажных деловых писем, в их структуре много общего. В бумажном варианте писем выделяют информационную часть (текст делового письма, несущий смысловую нагрузку) и служебную часть (вспомогательные элементы). Служебная часть включает в себя: приветствие, обращение, лид-абзац (необязательный элемент, который кратко сообщает адресату суть и причину письма), заключительную формулу вежливости и подпись отправителя (Делопроизводство: Учебно-справочное пособие. М., 2006). Мы считаем, что все перечисленные выше части, характерные для стандартных бумажных деловых писем, нельзя упускать и в электронных письмах, так как они необходимы для правильного понимания написанного, а также проявления вежливости и доброжелательности по отношению к адресату. На наш взгляд, к обязательным элементам электронного делового письма стоит добавить заполнение поля "тема", так как это первое, что видит человек, получивший письмо. Четко сформулированная тема сообщает адресату о содержащейся в письме информации и облегчает в дальнейшем поиск письма среди других.

Однако участники делового общения часто не придерживаются структуры делового письма или пропускают некоторые важные элементы. Иногда, перепутав служебную и информационную часть письма и, при этом, не заполнив остальные необходимые составляющие, адресат рискует быть непонятым. Часто не заполняется такой важный элемент, как тема письма. Бывают случаи, когда заполнение этого поля заменяет само сообщение, что затрудняет восприятие информации, например:

*"Тема: нашли?"*

*(Приветствие, обращение, сообщение отсутствуют).*

*С уважением, Имя Фамилия, должность".*

*"Тема: не состою ни в каких сообществах.*

*(Приветствие, обращение, сообщение, формула вежливости и подпись отсутствуют)".*

Подобные письма могут остаться незамеченным или попасть в спам. Во избежание таких проблем, тема письма должна быть сформулирована кратко и ясно выражать предмет переписки.

Остановимся на проявлении этического аспекта в электронной деловой коммуникации, а именно на специфике использования формул речевого этикета – приветствия, обращения, прощания и проч.

Обращение придает письму персонифицированный характер, его цель – не только привлечь внимание адресата, но и указать его значимость и вежливое отношение пишущего к адресату. Чаще всего в качестве обращения используются имя+отчество, имя, наименование должности, звания и т.п. Отсутствие обращения и тем более приветствия может расцениваться получателем письма как неуважение. Приведем пример письма-просьбы, адресованного студентом преподавателю:

*"Скажите пожалуйста какое кол-во слов должно быть в глоссарии?и размер аннотации?где можно посмотреть правила оформления?"*.

Наиболее удачными вариантами начала письма являются формы *"ИО, здравствуйте!"*, *"Здравствуйте, Имя!"*, *"Здравствуйте, коллеги!"* или *"Уважаемый ИО!"* и т.п. Употребление только приветствия (без обращения) допустимо только в случае, если отправитель не знает имени получателя письма или обращается к нескольким, не связанным между собой адресатам. Неупотребление и обращения, и приветствия, с одной стороны, экономит время обоих участников переписки, так как поля «кому» и «от кого» уже сообщают, кто является адресатом и адресантом, с другой – подобные письма теряют важный элемент человеческого общения – этический, они напоминают алгоритм обозначенных действий без вежливых просьб, пожеланий и проч.

Заключительные формулы – формулы прощания (*С уважением,.. С искренним уважением,.. Искренне Ваш...* и т.п.) придают письму завершенность и являются необходимым проявлением вежливости. Подпись в конце письма позволяет сразу же понять, кто является адресатом письма (в адресе электронной почты не всегда отражено настоящее имя отправителя). Указание должности, контактного телефона и, возможно, адреса организации дает получателю возможность связаться с отправителем для выяснения каких-либо вопросов, возникших при прочтении письма, или для передачи дополнительной информации.

Следует обратить особое внимание на оформление сопроводительных писем. Отправляя какой-либо документ по электронной почте необходимо написать краткие пояснения к прикрепленному файлу о его содержании и, если это необходимо, о его размере, действиях, которые нужно произвести над документом и т.п. Сопроводительная информация в данном случае экономит время получателя и дает ему возможность ясно понять, о чем этот документ, зачем он был отправлен и что с ним нужно делать. Тем не менее, зачастую файл прикрепляется без какого-либо сопроводительного текста. Такое наблюдается в ситуации общения «студент – преподаватель». Студенты позволяют себе отправлять преподавателям какие-либо материалы (тексты курсовых и выпускных работ, контрольные и проч.) без просьбы прочесть их и высказать рекомендации. В таких письмах, как правило, текстовое поле вообще не заполняется. Нам известны случаи, когда преподаватели отказываются знакомиться с содержимым подобных посланий.

Подведем итог. Стиль изложения деловых электронных писем имеет ряд существенных отличий от стандартной бумажной деловой переписки. Во-первых, электронная переписка характеризуется большей краткостью формулировок и меньшим объемом текста. Во-вторых, она представлена в более свободной форме: как правило, без канцеляризмов, обилия шаблонных фраз, повторяемости слов и оборотов

речи, зачастую не лишена эмоциональной окраски, выражения личного отношения к адресату; является допустимым обмен некоторой личной информацией, но с соблюдением этикета и деловой тональности писем.

В связи с тем, что не существует четко сформулированных правил ведения электронной деловой переписки, часто стиль изложения, структура письма и допустимость употребления или неупотребления некоторых элементов делового письма и формул вежливости разными участниками деловой интернет-переписки понимаются по-своему, отчего нередко возникает негодование, непонимание между собеседниками и даже нежелание поддерживать дальнейшие контакты с отправителем.

Анализ имеющихся текстов позволяет отметить, что представители старшего поколения (в основном преподаватели) воспринимают интернет-переписку в деловой сфере как один из видов делового письма, считая необходимым соблюдать формулы вежливости и придерживаться делового тона письма. Они понимают, что, несмотря на отношения между участниками деловой интернет-переписки, у делового общения есть свои рамки и правила. Более молодое поколение, в особенности студенты, привыкло к электронным формам общения в социальных сетях, где царят свои законы, поэтому даже деловую переписку по электронной почте нередко воспринимают как общение в чатах и на форумах.

На наш взгляд, сегодня остро стоит проблема определения правил ведения деловой интернет-переписки, которые были бы доступны и понятны всем участникам делового общения.