

**Биконя О. П.<sup>4</sup>**

**Лінгвістичні особливості ділового англомовного електронного писемного мовлення**

*У статті досліджуються лінгвістичні особливості ділового англомовного електронного писемного мовлення у навчанні ділової англійської мови студентів економічних спеціальностей.*

**Ключові слова:** ділова англійська мова, студенти економічних спеціальностей, ділове англомовне електронне писемне мовлення.

---

<sup>4</sup> Биконя Оксана Павліна, кандидат педагогічних наук; доцент; докторант; Київський національний лінгвістичний університет

Англомовна комунікативна компетентність як у діловому письмі, так і у діловому говорінні, формується протягом усього періоду навчання студентів економічних спеціальностей ділової англійської мови (ДАМ) і повинна становити рівень B2.2 [18; 26, 30].

Жанрове варіювання ділового писемного спілкування визначаються у більшій мірі екстралінгвістичними умовами комунікації, а саме: релевантними для сфери професійної діяльності функціональними цілями, з якими адресант та адресат залучаються до ділового спілкування [24, 33]; характером взаємодії та статусно-рольовими відносинами між комунікантами [24, с. 72–73]; їх спільним досвідом [36, 86].

Проблема лінгвістичних особливостей жанру ділового листування розглядається у роботах О.Ю. Дубенко [17], І.Б. Іванової [21], В.В. Калюжної [22], Т.М. Каменєвої [23], Т.Д. Пасічник [28], І.М. Підгайської [29], І.Д. Суханової [33], О. Б. Тарнопольського та С.П. Кожушко [35], І.Є. Шаргай [39], L. Hamp-Lyons, B. Hearsley [6], C. Norman, R. Rycroft, P. Ernest [8] та інших.

З проведеного нами анкетування для оволодіння АКК у діловому письмі офіційно-ділового функціонального стилю та згідно з дослідженнями вчених в цій галузі, ми виділили жанри ділового мовлення, які будуть потрібні випускникам економічних спеціальностей у подальшому житті та кар'єрі, а саме: *ділове паперове й електронне листування, резюме (CV), ділові контракти, прості есе, короткі звіти, тези доповідей та ділових презентацій* [1; 3-8; 12-14; 19; 23; 28; 35].

Таким чином, для розробки комп'ютерних вправ у навчанні студентів економічних спеціальностей ДАМ ділового писемного мовлення, особливо електронного, нам необхідно враховувати лінгвістичні особливості виділених нами жанрів ділового писемного мовлення.

**Метою** нашої статті є аналіз лінгвістичних особливостей електронного англомовного ділового писемного мовлення.

Зазначимо, що тексти ділового писемного мовлення ми розглядаємо за такими ознаками: *функціональна спрямованість, соціальна обумовленість, характер взаємодії* [2-3; 5-11; 23].

До *функціональної спрямованості* відносимо *інформативну* (запит, інформування, підтвердження, повідомлення, супровід); *директивну* (вимога, відмова, замовлення, пропозиція, прохання); *аргументивно-експресивну* (аргументування, вибачення, пояснення, скарга) [23; 27].

Щодо ознаки *функціональна спрямованість*, то тексти ділового електронного мовлення можуть бути *інформативними, директивними і аргументивно-експресивними* [23].

Важливою категорією тексту є його *соціальна обумовленість*, яка залежить від статусно-рольових відносин між комунікантами; специфіки стосунків між партнерами, місця в ієрархії зовнішніх відносин, рівня знайомства з проблемою, яка вирішується та рівня фонових знань [24; 36].

*Соціальна обумовленість* ділових електронного мовлення знаходить прояв у виборі типу тексту, характеру повідомлення, способу викладення, конкретних засобів його лінгвістичного оформлення [23; 27].

До жанрово-стилістичної домінанти ділового англомовного електронного мовлення належать такі компоненти: комунікативно-прагматичні, мовні та композиційно-структурні (позамовні). Соціальна функція текстів ділового мовлення полягає в обслуговуванні суспільних відносин людей у офіційно-діловій сфері, визначає їх прагматичну установку. У своїй роботі І.Д. Суханова підкреслює, що прагматична установка текстів жанру ділового листування полягає у досягненні офіційної домовленості у результаті писемного спілкування та апелювання до дій [33, 10].

Передусім, діловий лист є засобом міжмовної та міжкультурної писемної ділової комунікації, головною метою якої є досягнення домовленості між зацікавленими сторонами, встановлення професійних взаємостосунків між комунікантами за допомогою адекватного використання мовних засобів жанру ділового листування [28]. Жанр ділового листування характеризується такими жанроутворюючими стильовими ознаками: об'єктивністю, послідовністю, ясністю, офіційністю, стислістю і стандартизованістю [16-22; 22; 27; 33-34].

Зазначимо, що ділове листування електронною поштою може розглядатися як спосіб обміну інформацією і найбільш універсальний засіб встановлення та підтримання офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами [15, 177]. Як різновид ділової комунікації, електронне листування є специфічною формою двосторонньої взаємодії суб'єктів, які вступають до неї як партнери [25, 127], опосередковано часом та простором, передбачає спрямованість на співпрацю, взаєморозуміння і співробітництво у вирішенні питань [38, 8–9].

Як і Т.М. Каменєва, вважаємо, що діловий електронний лист – це письмовий фаховий текст офіційно-ділового стилю, який відтворює процес обміну комунікативними інтенціями із специфікою комунікативно-функціонального, логіко-сміслового, структурно-композиційного, лінгвістичного та, обов'язково, електронного оформлення [23].

Ділові електронні листи можуть бути офіційними або неофіційними. Диференціація електронних листів на *офіційні* та *неофіційні* знаходить відображення у стилістичному забарвленні лексико-граматичних засобів, що вибираються залежно від контексту ситуації спілкування [2-5; 7; 10-12; 23]. При складанні *офіційних* ділових електронних листів використовують стандартні фрази і конструкції, чітко визначену композиційну структуру, великий відсоток кліше, що підвищує рівень офіційності. *Неофіційні* ділові електронні листи припускають вживання менш формалізованої лексики, експресивних мовних елементів. У них також використовуються шаблони, але менш формальні за стилем. *Мовленнєвими засобами* зменшення рівня офіційності виступають розмовні за стилем мовленнєві формули, кліше для встановлення, підтримання та виходу з контакту, спеціалізована лексика, термінологія та специфічна аббревіатура. *Мовними засобами* зменшення рівня офіційності виступають засоби пом'якшення категоричності: модальні фрази, дієслова, частки, розділові питання, умовний спосіб тощо та лексичні одиниці, що відповідають вимогам політкоректності [2-5; 7; 10-12; 23].

Специфіка ділового електронного мовлення зумовлена двома режимами комунікації: синхронним та асинхронним [2-5; 7; 10-12; 23].

За ознакою *характер взаємодії* ділове електронне мовлення може бути монологічними або діалогічними [10; 23].

Електронне спілкування у режимі синхронної комунікації має виражені особливості *усного діалогу*, зокрема воно ґрунтується на загальних базових моделях, загальному плані змісту, хоча і дещо різних планах його вираження [23]. Зазначимо, що усний та писемний діалоги у значній мірі різняться вербальними засобами оформлення висловлювання: звуковим і графічним.

Компонентами актів інтерацій є вербальні та невербальні моделі соціальної поведінки, на яких ґрунтується мовленнєвий етикет бізнесу людей [15; 23]. Дотримання правил етикету електронного мовлення передбачає актуалізацію ділової лінгвосоціокультурної компетентності, її вербального та невербального компонентів [23].

Невербальний компонент етикету ділового мовлення відповідає за ті аспекти, які не зв'язані безпосередньо з мовою, але, необхідні для адекватного оформлення ділових електронних листів. Дотримання правил невербальної етикетної поведінки передбачає активізацію групи знань екстралінгвістичного характеру щодо коректного розміщення реквізитів електронного листа; структурування тексту певним чином; послідовності включенням інформаційно-комунікативних блоків; вживання особливого способу форматування тексту; спеціальних графічних засобів для акцентування важливої інформації; специфічних комп'ютерних символів [11; 23; 28; 34].

Дослідження R.S. Davis, P. Emmerson, K. Sherwood, свідчать про те, що опанування правилами невербальної етикетної поведінки є дуже важливими саме для електронного мовлення як різновиду спілкування дистанційного [2-3; 5; 11].

Вербальний компонент етикету електронного мовлення, на думку V.Dignen, відповідає за вживання мовленнєвих формул, кліше, лексичних одиниць і граматичних структур з урахуванням рольових функцій спілкування [4].

Діалогічні електронні листи, так само як усний діалог, складаються з декількох окремих висловлювань – реплік, які за характером взаємодії можуть бути *ініціативними* або *реактивними*.

Щодо *мовно-мовленнєвих* засобів, які відтворюють якості діалогічного мовлення то до них відносяться такі: вживання розмовних за стилем мовленнєвих формул характерних для ситуацій *неформального спілкування*; часова невизначеність, прості розповідні речення з дієсловами в Present Indefinite та Present Perfect. За характером логіко-синтаксичних зв'язків це – повідомлення, яким притаманні часові відношення, короткий виклад фактів у стислій інформаційній формі. Інформативність цих текстів забезпечується високим рівнем знайомства обох комунікантів з предметом обговорення. Це пояснюється особливостями писемного діалогічного мовлення, а саме його *спонтанністю*.

На відміну від діалогічних електронних листів тексти, які створюються в асинхронному режимі мають ознаки писемного монологу. До них відносимо інформаційну насиченість, структурно-смыслову цілісність та завершеність, зв'язність, логічну послідовність викладу [15; 23]. Звідси, адресант може створити своє висловлювання ґрунтовнішим, логічнішим, доказовішим.

Отже, якості діалогічного та монологічного електронного писемного мовлення знаходять своє відображення у специфіці *логіко-смысловій організації* текстів, які створюються у різних режимах комунікації.

Суттєвою екстралінгвістичною ознакою тексту є його інформаційна насиченість. *Інформаційна насиченість* ділового електронного листа залежить не лише від певної кількості, а й від характеру

інформації на кожному етапі передачі головної комунікативної мети адресата. Одноаспектний електронний лист розглядає одну проблему, а багатоаспектний – може містити пропозицію, прохання та нагадування одночасно. Зазвичай діалогічні електронні листи обмежуються однією проблемою у повідомленні, тобто є одноаспектними. У багатоаспектному електронному листі, зазвичай монологічному, головна комунікативна мета передається в декілька етапів, кожний з яких займає відносно самостійний, замкнутий за змістом комунікативно-інформаційний блок.

Чіткість членування тексту на комунікативно-інформаційні блоки є показником його *структурно-сислової цілісності*, тобто основних структурних зв'язків: причинно-наслідкових, просторових, часових, взаємовідносинах; у розподілі на тему, підтеми, смислові частини, абзаци.

*Зв'язність* тексту ділового електронного листа створюється за допомогою формально-логічних зв'язків (link words), які характерні для писемної комунікації [1-11; 23; 32-33; 36; 39]. Логічні засоби зв'язку складають слова та словосполучення, які експліцитно вказують на внутрішній смисловий зв'язок між думками всередині речення або між реченнями (хронологічна послідовність, просторове співвідношення, порівняння, протипоставлення, узагальнення тощо). Вибір логічних засобів зазнає впливу належності тексту до офіційної чи неофіційної ситуації ділового спілкування. В електронних листах неформального стилю використовують здебільшого конектори високої частоти вживаності (*and, also, but, besides, so*). Для формальних електронних листів можливим є більш різноманітне використання конекторів низької частотності (*although, consequently, hence, otherwise, therefore etc.*).

**Особливості структурно-композиційної побудови** ділових електронних листів детермінуються контекстом спілкування, характером відносин між комунікантами і способом зв'язку. У разі офіційності відносин структурно-композиційна побудова електронних листів є *жорстко* регламентованою, тобто містить декілька обов'язкових реквізитів, які характеризуються специфічними мовними та графічними засобами їх заповнення, композиційною єдністю їх структурних елементів і модельованістю обсягу. Такими листами зазвичай спілкуються у режимі асинхронної комунікації. Нерегламентованість структурно-композиційної побудови деяких ділових електронних листів зумовлена контекстом неформального спілкування: робочими відносинами між партнерами; взаєморозумінням у вирішенні питань; однаковим службовим статусом; високим рівнем обізнаності обох комунікантів з проблемою, яка вирішується; формою ділового спілкування [36].

За ознакою *чіткості структурно-композиційної побудови* ділові електронні листи розподіляються на *регламентовані* та *нерегламентовані* [15].

Згідно з Х. Роддик, А. Ashley, В. Dignen, К. Beare та Sherwood К. Duck, найбільш розповсюдженою формою організації змістової частини повідомлення ділових електронних листів є послідовністю таких комунікативно-інформаційних блоків: вступного, основного та заключного [1; 4; 7; 11; 31].

Композиційна модель тексту ділового електронного листа складає певну сукупність і послідовність зміни комунікативних завдань в його змістовій частині, об'єднаних функціонально домінантною метою для динамічного розвитку дискурсу [23].

Згідно з даними досліджень, мовні стандарти оформлення ділового електронного листа виявляються у вживанні нейтральних і стилістично забарвлених мовних одиниць; лексиці ділового листування; обмеженої кількості складнопідрядних речень; речень як з уточнюючій, так і з пояснювальною функцією; прямого порядку слів в реченні; дієприслівникових зворотів для вираження обставин; інверсії для додання змістових та емоційних відтінків; протиставних та єднальних сполучників; безособових, пасивних та особових конструкцій; підрядкових речень для вираження причинно-наслідкових відношень [23; 31-32].

Взагалі, при створенні ділового електронного листування, потрібно спиратися на *netiquette*, тобто етикет спілкування через електронну пошту, який до деякої міри регулює й те, які стильові, мовні та позамовні засоби припустимо використовувати [2-12; 35].

Здійснений у статті аналіз лінгвістичних особливостей ділового англомовного електронного писемного мовлення дає змогу зробити висновок про необхідність враховувати його у навчанні студентів економічних спеціальностей ДАМ.

Подальшим напрямком нашої роботи буде аналіз лінгвістичних особливостей інших визначених нами жанрів письмових документів ДАМ, які, згідно з проведеним анкетуванням, було б доцільно включити до навчання майбутніх економістів ділового писемного мовлення.

### Література

1. Ashly A. Oxford Handbook of Commercial Correspondence. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 304 p.
2. Davis R. S. What is E-mail? [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

- <http://www.eslnetworld.com/email.html>. – Заголовок з екрану.
3. Davis R. S. Writing E-mail Messages [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eslnetworld.com/email2.html>. – Заг. з екрану.
  4. Dignen B. Communicating in Business English. – Hong Kong: Asia-Pacific Press Holding Ltd, 2003. – 192 p.
  5. Emmerson P. Email English. – London: Macmillan Publishers Ltd, 2004. – 237 p.
  6. Hamp-Lyons L., Hearsley B. Study Writing: A Course in Written English for Academic and Professional Purposes/ Hamp-Lyons L., Hearsley B. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 168 p.
  7. Kenneth Beare. Business Email Basics. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://esl.about.com/od/businessenglishwriting/a/bizdocs\\_3.htm/](http://esl.about.com/od/businessenglishwriting/a/bizdocs_3.htm/). – Заголовок з екрану.
  8. Norman C., Rycroft R., Ernest P.. Writing Skills: a problem-solving approach for upper-intermediate and more advanced students / Norman Coe, Rycroft Robin, Ernest Pauline. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991. – 95 p.
  9. Remley Dirk. Intersectional Computer-Supported Collaboration in Business Writing: Learning through Challenged Performance // Writing Technologies and Writing Across the Curriculum: Current Lessons and Future Trends [online]. – Режим доступу: <http://wac.colostate.edu/atd/technologies/remley.cfm/>. – Заголовок з екрану.
  10. Rezeau Joseph. Profis d'apprentissage et représentations dans l'apprentissage des langues en environnement multimédia // Alsic, vol. 2, № 1, juin 1999, P. 27–49. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alsic.org>. – Заголовок з екрану.
  11. Sherwood Kaitlin Duck. A Beginner's Guide to Effective Email [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.webfoot.com/advice/email.top.php/>. – Заголовок з екрану.
  12. Stanton A., Wood L. Longman Commercial Communication. An intermediate course in English for commercial correspondence and practice [Student's Book] / Stanton A., Wood L. – London: Longman
  13. Авсюкевич Ю. С. Методика навчання презентації англійською мовою студентів економічних спеціальностей: дис. ...канд.пед.наук: 13.00.02 / Юлія Сергіївна Авсюкевич. – Запоріжжя, 2009. – 303 с.
  14. Биконя О. П. Особливості навчання ділової англійської мови студентів економічних спеціальностей / О. П. Биконя // Вісник КНЛУ. – Серія: Педагогіка та психологія. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2011. – Вип. 20. – С. 150–157.
  15. Волкотруб Г. Й. Стилiстика ділової мови: [навч. посiб.] / Галина Йосипiвна Волкотруб. – К.: МАУП, 2002. – 208 с.
  16. Деловой этикет / [авт.-сост. И. Афанасьев]. – К.: «Альтерпресс», 1998. – 320 с. – (Библиотека делового человека).
  17. Дубенко О. Ю. Порiвняльна стилiстика англiйської та української мов / Олена Юрiївна Дубенко. – Вiнниця: Нова Книга, 2005. – 224 с.
  18. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / [наук. ред. укр. вид. Софії Юрiївни Ніколаєвої]. – К.: Ленвіт, 2003. – 273 с.
  19. Израилевич Е. Е. Деловая корреспонденция и документация на английском языке / Е. Е. Израилевич. – М.: ЮНВЕС, 2003. – 496 с.
  20. Исупова М. М. Когнитивное взаимодействие в деловом общении: автореф. на соискание научн. степени канд. филолог. наук: спец. 10.02.04 / Марина Михайловна Исупова. – Тверь, 2003. – 20 с.
  21. Іванова І. Б. Українське ділове мовлення. Мова ділових паперів / І. Б. Іванова. – К.: Парус, 2009. – 320 с.
  22. Калюжная В. В. Стилi англоязычных документов международных организаций / В. В. Калюжная – К.: Наук. думка, 1982. – 122 с.
  23. Каменєва Т. М. Лiнгвiстичнi та екстралiнгвiстичнi характеристики текстiв електронних листiв / Тетяна Миколаївна Каменєва // Теоретичнi питання культури, освіти та виховання: Зб. наук. праць. – Кiїв, 2006. – Вип. 31. – С. 76–81.
  24. Крысин Л. П. Язык в современном обществе [Книга для внеклассного чтения 8-10 классы] / Л. П. Крысин. – М.: Просвещение, 1977. – 192 с.
  25. Ломов Б. Ф. Категория общения и деятельности / Б. Ф. Ломов // Вопросы философии. – 1979. – №8. – С. 127.
  26. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра, спеціаліста і магістра напряму 0501 – "Економіка і підприємництво" / Колектив авт. під загал. керiвн. А. Ф. Павленка. – К.: КНЕУ,

2002. – С. 23–24.
27. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа: Навчальний посібник / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серьогіна. – Рівне: Вертекс, 2001. – 352 с.
  28. Пасічник Т. Д. Методика навчання майбутніх філологів писемного двостороннього перекладу комерційних листів: дис. ...канд.пед.наук: 13.00.02 / Тетяна Дмитрівна Пасічник. – К., 2011. – 300с.
  29. Подгайская И. М. Функционально-прагматический аспект построения деловой речи на английском языке (на материале обзорных статей журнала "The Economist"): дис. канд. филол. наук: спец.: 10.02.04 / Подгайская Ирина Михайловна. — М., 1994. — 226 с.
  30. Програма з англійської мови для професійного спілкування / Г. Є. Бакаєва, О. А. Борисенко, І. І. Зуєнко та інші. – К.: Ленвіт, 2005. – 119 с.
  31. Роддик Холли. Деловая переписка: короткий путь к улучшению языка и слога писем, электронных сообщений и факсов / Холи Роддик; Предисловие к русскому изданию Т. Н. Назаровой. – М.: ООО “Издательство Астрель”, 2004. –273 с.
  32. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов / Джордж Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып.17. – С. 170 – 194.
  33. Суханова И. Д. Композиционно-структурные и лингвостилистические параметры текстов жанра коммерческой корреспонденции: автореф.дис. на здобуття наук. ступеня канд. фил.нак: спец. 10.02.04 / Ирина Дмитриевна Суханова. – М., 1984. – 26 с.
  34. Сучасне діловодство: зразки документів, діловий етикет, інформація для ділової людини / [Уклад.: Н. Г. Горголюк, І. А. Казімірова]. – К.: “Довіра”, 2007. – 687 с.
  35. Тарнопольський О. Б. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів письма англійською мовою / Тарнопольський О. Б., Кожушко С. П. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 288 с.
  36. Тураева З. Я. Лингвистика текста: Учеб. пособие для студентов пед. институтов. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
  37. Фоломкина С. В. Текст в обучении иностранным языкам / С. В. Фоломкина // Иностранные языки в школе. – 1985. – №3. – С. 18 – 19.
  38. Чаковская М. С. Текст как сообщение и воздействие/ М. С. Чаковская. – М.: Высшая школа, 1986. – 128 с. [Библиотека преподавателя]
  39. Шаргай І. Є. Комунікативно-прагматичні особливості французького ділового листа в оригіналі та перекладі: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.16 / Ірина Євгенівна Шаргай. – К., 1998. — 16 с.

**Bykonya O. P.**

**Linguistic peculiarities of business english electronic written speech.**

*Kyiv National Linguistic University, Kyiv, Ukraine*

*The article focuses on the study of Business English electronic written speech, based on a comprehensive linguistic analysis of stylistic, pragmatic, structural, and functional peculiarities of the e-mail texts which are used while teaching the students of economic specialties Business English.*

**Keywords:** *Business English, electronic written speech, electronic text, the students of economic specialties.*