

**Фока М. В.**

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

## КОМПОЗИЦІЙНІ ТА ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

*З розвитком міжнародних відносин ділове листування англійською мовою набуває важливого значення, адже воно демонструє високу професійність сторін і може стати визначальним чинником їх подальшої співпраці. У статті розглянуто композиційні та лінгвостилістичні особливості ділового листування англійською мовою. Встановлено, що діловий лист має чітку композиційну структуру: привітання, вступ, основну частину, висновок і прощання.*

*Наголошено, що західна тенденція до спрощення формату ділового листа дозволяє опускати частини привітання та прощання. Детально проаналізовано кожен композиційний елемент листа. На граматичному рівні охарактеризовано вживання займенників першої особи однини і множини, ускладнення речень інфінітивними конструкціями, герундієм, дісприкетниковими зворотами тощо. На лексичному рівні – вживання слів у прямому значенні, відсутність образних засобів і синонімів, використання специфічної термінології та фразеології, наявність архаїзмів, а також уникання вживання діалектизмів, вигуків і модальних слів.*

*Встановлено, що стилістичними особливостями ділового листа є чіткість, стислість, завершеність, конкретність, конструктивність, відкорегованість, стандартизація й документальність тексту тощо. Водночас міжнародне ділове листування витримує баланс між офіційним і напівофіційним стилями, що надають доброзичливу тональність, яка ґрунтується на етиці спілкування. Поруч з традиційними паперовими листами розглянуто факси та електронні повідомлення, які забезпечують оперативну комунікацію. Якщо факси відповідають усім вимогам ділового листування, то електронні повідомлення мають менш офіційний характер. Сучасні зміни у сфері ділового листування відкривають нові перспективи мовознавчих, зокрема лінгвостилістичних досліджень, пов'язаних з мовою міжнародної ділової кореспонденції.*

**Ключові слова:** діловий лист, факс, електронне повідомлення, композиція, лінгвостилістика.

**Постановка проблеми.** Процес глобалізації спонукає до розширення міждержавних контактів і активізації діяльності міжнародних організацій, що робить ділове листування англійською мовою важливим і необхідним засобом комунікації. З огляду на це проблема лінгвостилістичних особливостей написання службової кореспонденції англійською мовою набуває особливої актуальності. Успішність та ефективність взаємовідносин між іномовними сторонами, для яких англійська є мовою міжнародного спілкування, частково пов'язується з написанням ділових листів, які засвідчують грамотність і високу професійність сторін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Активне вивчення питань, пов'язаних з особливостями ведення ділової кореспонденції у мовознавстві (С. Бирик, Н. Гончарова, Т. Гриценко, І. Драбкіна, А. Котковець, С. Кушнерук, В. Михно, В. Резніченко, І. Шаргай, С. Шевчук, С. Федюрко),

робить необхідним узагальнення й систематизацію основних вимог до оформлення тексту ділового листа англійською мовою.

**Постановка завдання.** Метою статті є вивчити композиційні й лінгвостилістичні особливості ділового листування англійською мовою.

**Виклад основного матеріалу.** Традиційно під поняттям «діловий лист» («службовий лист») розуміють узагальнену назву великої групи управлінських документів, які слугують засобом спілкування між установами, організаціями та відомствами.

Існують різні підходи до групування управлінських документів. Відповідно до вибраної класифікаційної ознаки виділяють:

1) за функційними ознаками – листи, які вимагають відповіді (лист-запитання, лист-прохання, лист-звернення, лист-пропозиція) і не вимагають відповіді (лист-попередження, лист-нагадування, лист-запрошення);

2) за структурними ознаками – листи регламентовані та нерегламентовані;

3) за композиційними особливостями – одноаспектні листи, де розглядається одне питання, та багатоаспектні, в яких подається розгляд декількох проблем;

4) за місцем в інформаційному обміні – ініціативні листи та листи-відповіді;

5) за тональністю викладу – офіційні та напівофіційні листи;

6) за комунікативною функцією – листи-повідомлення, де повідомляють важливу інформацію, та креативні листи, які дозволяють розширити або налагодити нові ділові стосунки; корекційні листи для уточнення інформації й емотивні листи, де виражаються почуття до певних ситуацій і подій [7].

Всі види ділового листування можна звести до трьох основних груп:

1) внутрішньодержавне (міжвідомче) листування, до якого зараховують запит і відповідь на нього, супровідні листи, рекомендаційні, листи-підтвердження тощо;

2) внутрішньовідомче листування, яке містить службові, доповідні та пояснювальні записки, супровідні листи, подання, заяви, заохочувальні та спонукальні листи тощо;

3) інші сучасні форми ділового листування (телеграми, листівки, промови, запрошення, вітання тощо) [4, с. 242].

В контексті активного розвитку міжнародних відносин окрему групу становить листування між державами, яке відбувається іноземною (насамперед англійською) мовою. Його головною метою є встановлення міжнародних зв'язків, контактів і налагодження спільної діяльності.

Діловий лист характеризується особливою композиційною структурою, інформаційним змістом, добром відповідних лексичних, граматичних і синтаксичних засобів, а також встановленою стилістикою. Попри те, що кожен діловий лист має свої специфічні композиційні й лінгвостилістичні особливості, можна виділити загальні вимоги до їхнього написання. Спробуймо розглянути найважливіші з них.

Насамперед діловий лист характеризується документальністю, стабільністю, чіткістю, стислістю, високою стандартизацією висловів, суворою регламентацією тексту [2, с. 32]. При цьому західне ділове листування, балансуючи між офіційним і напівофіційним стилями, часто надає перевагу останньому. Так, у книзі “Business Letters for Busy People” (2002) серед тра-

диційних ознак ділового стилю листа виділяють чіткість (clarity), лаконічність (concise), завершеність (complete), конкретність (concrete), конструктивність (constructive), правильність / відкорегованість (correct), привертає увагу ще одна – розмовний характер (conversational), якій надають першорядного значення та навіть пропонують замінювати офіційні вирази на їх розмовні варіанти: *due to the fact that* на *because* або *the aforementioned information* на *previous information* [9, с. 6–7].

Важливою ознакою ділового листа, як і будь-яких інших офіційно-ділових документів, є точна адресність: лист пишеться від особи, яка представляє установу, іншій офіційній особі (особам), які є представниками певної установи, розташованої за певною адресою. Якщо діловий лист оформлено не на фірмовому бланку організації, то в правому (рідше в лівому) верхньому куті зазначається ім'я та адреса відправника, які не розділяються знаками пунктуації. Тоді як на фірмовому бланку установи ці реквізити зазвичай надруковані (для позначення їх сукупності часто використовують умовну назву «шапка» (*letterhead*), яка містить вказівку на відправника (організацію), його адресу, телефон, факс, електронну пошту і наявності веб-сторінку):

*Compuvision Ltd*  
*Warwick House*  
*Warwick Street*  
*Forest Hill*  
*London SE 23 1JF*  
*Telephone +44(0)2085661861*  
*Facsimile +44(0)20 8566 1385*  
*E-mail staff@comvis.co.uk*  
*www.comvis.co.uk* [10, с. 15].

Через рядок у правому куті розміщується реквізит «дата» словесно-цифровим способом, наприклад: *1 March 2020* (варіант *March 1* теж можливий). Причому місяць обов'язково друкують словом, бо наприклад 01.03.2020 по-різному трактується: у британському варіанті (British English) матимемо перше березня, а в американському (American English), де місяць передує числу, читаємо третє січня.

Нижче зліва подається адреса одержувача, зокрема вказується 1) ім'я та прізвище (*Mr Smith / Mr J. E. Smith / Mr John Smith*) та/або посада, якщо ім'я не відоме (*The Sales Manager*), компанія (*Compuvision Ltd*); 2) адреса у встановленому порядку: назва будинку, номер і вулиця, місто й індекс, країна:

*Industrial House*  
 14–41 Craig Road  
 Bolton  
 BL4 8TF  
 UK [10, с. 8–10].

Через рядок обов'язково розміщують заголовок листа (*attention line*): *For the attention of the Sales Manager*, який дає зрозуміти, кому буде цікавий лист, або передає його короткий зміст. Заголовок є важливим структурним елементом листа, оскільки полегшує роботу з ним на всіх етапах опрацювання (від реєстрації до надсилання конкретного адресанту) та забезпечує успішну комунікацію.

Нижче, через рядок, розміщують привітання (*salutation*), яке часто починається словом “*dear*”, українським еквівалентом якого для офіційного стилю є звертання «шановний (-а, -і)», а напівофіційного – «дорогий (-а, -і)»: *Dear Mr Smith (Mr John Smith)*.

Парадигма мовних формул привітання досить широка: *Mr* – звертання до чоловіка (повний варіант *Mister* не вживається); *Messrs* – до декількох чоловіків (*Messrs P. Jones and B. L. Parker*); *Mrs* – до одруженої жінки, *Miss* – до неодруженої, тоді як *Ms* – прийнятний варіант як для одруженої, так і неодруженої жінки; в разі невідомого адресата вживається звертання *Dear Sir or Madam (Dear Sir / Madam)*. Варто зазначити, що в сучасному діловому листуванні існує тенденція називати звання чи професію адресата: *Doctor (Dr)*, *Professor (Prof.)*, *Captain (Capt.)*, *General (Gen.)*, *Director* тощо [10, с. 8]. До речі, в англійському варіанті після звертання “*Dear Mr Smith*” можна не вживати жодних розділових знаків (цьому варіанту надається перевага), іноді можна поставити кому (*Dear Mr Smith,*), тоді як в американських ділових листах застосовують двокрапку (*Dear Mr Smith:*).

Обов'язковим елементом ділового листа є вступні фрази (*opening paragraph*), які містять подяку чи покликання на попередню кореспонденцію: *thank you for your enquiry about..., we were pleased to receive your enquiry..., thank you for your e-mail of..., we are pleased to inform you that..., we would welcome the opportunity...* тощо. Після цього зазначають причину написання листа: *I am writing to enquiry about..., I am writing to confirm..., I am writing in connection with...* тощо. Якщо ж акт комунікації здійснюється вперше, то відразу вказується причина написання листа з уточненням, звідки надійшла інформація про одержувача: *After having seen your advertisement in..., I would*

*like to...; After having received your contact information from..., I...; I received your address from... and would like...* тощо.

Основна частина листа (*body of the letter*) повинна характеризуватися логічністю та послідовністю викладення думок, зміст яких визначається видом і метою комунікації. В ділових листах англійською мовою використовують займенники першої особи однини або множини, при цьому перевага надається формі однини (*I*), що увиразнює особисту зацікавленість автора розвивати контакти й нести відповідальність за зміст листування; тоді як займенників третьої особи *he / she* уникають, оскільки вони надають листу фамільярного характеру.

З-поміж інших лінгвостилістичних особливостей варто вказати на ускладнення речень інфінітивними конструкціями (*To understand the importance of this event you should know all the facts*), герундієм (*We insisted on the contract being signed immediately*) та дієприкметниковими зворотами (*Having collected all the material we are able to write a full report on the work of the commission*) [3, с. 33].

Лексичними особливостями ділових листів є вживання слів у прямому значенні, відсутність образних засобів і синонімів, використання термінології та фразеології офіційно-ділового стилю, наявність архаїзмів (*hereby, henceforth, aforesaid, beg to inform*), запозичень (*persona grata, persona nongrata, pro tempore, the quorum, status quo*) і скорочень (*M. P.* для *Member of Parliament*, *H. M. S.* – *His Majesty's Steamship*, *govt* – *government*, *pmt* – *Parliament, i.e.* – *id est (that is)*, *U.N.* – *United Nations*) [1, с. 431–433]. Водночас варто запобігати вживанню діалектизмів, вигуків і модальних слів.

Ситуація листування може вимагати введення до тексту листа уточнювальних запитань (*I am little unsure about..., I do not fully understand what..., Could you possibly explain*), переходу до іншої теми (*we would also like to inform you about..., in answer to your question (enquiry) about..., I also wonder if...*), додаткових матеріалів (*attached you will find..., we enclose..., please find attached (for e-mails)...*), повідомлення поганих новин (*unfortunately, I am afraid that..., I am sorry to inform you that...*), формулювання прохання (*could you possibly..., I would be grateful if you could..., I would like to receive...*), пропозиції про допомогу (*would you like me to..., if you wish I would be happy to..., let me know whether you would like me to...*) тощо [5, с. 179–180].

Велике значення відіграє висновок, зокрема завершальні речення, в яких традиційно висловлюється сподівання на подальшу співпрацю

(*we would like to maintain cooperation with you...*) чи очікування відповіді (*your reply will be appreciated..., we are looking forward to hearing from you...*). Часто саме прикінцеві конструкції формують загальне враження про лист.

Наступним обов'язковим структурним компонентом традиційного ділового листа є прощання (*complimentary close*), які мають форму кліше, зокрема *yours faithfully, faithfully yours, yours truly, truly sincerely, sincerely yours, best regards, best wishes* тощо. Варто зауважити: якщо привітання починається зі слів *Dear Sir, Dear Sirs, Dear Madam* або *Dear Sir or Madam*, то прощання має бути *Yours faithfully*; якщо ж лист починався з власного імені, а саме *Dear Mr James, Dr Mrs Robinson* або *Dear Ms Jasmin*, то прощання набуває форми *Yours sincerely*.

В разі, якщо адресат добре знає адресанта, можливе менш формальне *Best wishes* або *Best Regards*. В американській кореспонденції спостерігається тенденція до вживання менш формальних виразів на зразок *Yours truly* або *Truly yours*. Слід уникати застарілих фраз типу *We remain yours faithfully, Respectfully yours*. Кома після фраз на кшталт *yours faithfully, faithfully yours, yours truly, truly sincerely, sincerely yours, best regards, best wishes* є факультативною [10, с. 11].

Прощальна фраза розміщується в лівому куті, після чого ставлять підпис відправника (*signature block*) – ім'я та прізвище (на розсуд адресата можна подати ініціали та прізвище (D. Jenkins) чи повне ім'я (Davis Jenkins)). Слід враховувати: якщо лист пишеться від організації, то поряд з іменем її представника обов'язково вказують його посаду; саме такий варіант треба використати, відповідаючи на лист [10, с. 11]. Вкінці листа за необхідності подають перелік документів, які додаються до нього (*enclosures*).

В західній культурі ділового листування існує тенденція спрощувати структуру документа за рахунок вилучення частин привітання та прощання [9, с. 9].

Поруч із традиційними паперовими документами функціонують інші форми листування. Факси (*fax*) дають змогу швидко передати інформацію. Документи, які передаються факсом, мають відповідати вимогам ділового листа й містити всі необхідні реквізити. Лист, який надсилають за допомогою факсу, повинен містити таку інформацію: кому (*To:*), від кого (*From:*), номер факсу (*Fax no.:*) для зворотного зв'язку, тему (*Subject:*), дату (*Date:*) та кількість сторінок (*Page/s:*) (найоптимальніший варіант – вмістити лист на одній

сторінці) [10, с. 16]. Пам'ятайте: факс є копією, тому не може бути представлений замість ділового паперового листа, в разі потреби слід надати паперовий оригінал документа.

З розвитком технологій інформаційно-довідкові документи часто поширюються електронним шляхом. Йдеться про *email*, що забезпечує оперативну комунікацію, тобто дає змогу швидко відправити повідомлення й так само швидко отримати відповідь. Цей вид листування є особливо зручним при відправленні коротких повідомлень, в яких призначають зустрічі, передають термінову інформацію, подають запити й відповідають на них тощо. Незважаючи на те, що *email* часто зберігає стиль паперових листів, повідомлення в електронній формі має свої особливості.

Традиційно електронна адреса має певну структуру, знання якої дозволяє прочитати інформацію про адресата листа. Так, перша частина дає вказівку на прізвище та ініціали чи ім'я людини або містить назву відділу установи; а друга частина після знаку равлик (@) є назвою організації чи її аббревіатурою, яка уточнюється типом організації та країною. Причому типи організації мають свої загальноприйняті скорочення: *.co* для *company*, *.ac* – *academic*, *.biz* – *business*, *.gov* – *government office*, *.org* – *non-profit-making organization*, *.pro* – *profession* тощо. Назви країн також мають загальноприйняті скорочення: *.uk* – *the United Kingdom*, *.no* – *Norway*, *.de* – *Deutschland (Germany)*, *.es* – *España*, *.za* – *Zuid Afrika (South Africa)*, *.ua* – *Ukraine* тощо [10, с. 20].

Електронне повідомлення складається з трьох основних частин: заголовок (*header information*), власне текст (*message text*) і підпис відправника (*signature block*). Заголовок насамперед містить інформацію, від кого лист (*from*), кому (*to*), а також тему (*subject*). Формулювати заголовок слід ретельно, адже часто саме від нього залежить, чи зацікавить лист одержувача та чи буде він прочитаний.

Текст електронного повідомлення менш офіційний, ніж текст листа на паперовому бланку, але теж вимагає коментарів. Текстовий блок починається з офіційного звертання, наприклад: *Dear Sir / Madam*. Якщо лист є відповіддю на попереднє повідомлення, треба звернути увагу на підпис адресата, бо це допоможе визначитися з формою звертання. Наприклад, якщо лист завершувався прощанням *Beatrix Kaasen (Ms)*, у відповіді можливе подальше офіційне звертання *Dear Ms Beatrix Kaasen*. Менш формальний характер звертання в повідомленні дає змогу офіційне *Yours sincerely*

замінити на більш приватне *I look forward to hearing from you*. Якщо адресант дуже добре знає адресата або часто переписується з ним, то блоки привітання й прощання можуть опускатися [10, с. 20].

Текст повідомлення має бути коротким і чітким, тому не варто порушувати більше однієї теми в одному посланні. Повідомлення повинне містити інформацію про питання, з якого звертаються (перший абзац), пояснення причин звертання та надання всіх необхідних подробиць і подяку адресатові та сподівання на розв'язання проблеми (другий абзац). Підпис відправника (*signature block*) більш розлогий, ніж у традиційному листі, адже в ньому міститься детальна інформація про відправника (адреса, телефон, факс, email тощо).

Якщо ділові стосунки характеризуються менш офіційним характером, то в електронній переписці можливе застосування загальноприйнятих скорочень (TLAs, three-letter acronyms), яке не розповсюджується на паперове листування. Автор наводить приклади деяких із них: *AFAIK – as far as I know*, *BFN – bye for now*, *BTW – by the way*, *COB – close of business*, *FYI – for your information*, *IOW – in other words*, *NRN – no reply necessary*, *OTOH – on the other hand* тощо [10, с. 21]. Якщо акроніми допустимі в діловому електронному листуванні, то емотиконів, тобто смайликів, варто уникати, оскільки вони можуть спра-

вити враження непрофесійності й фамільярності: :-) (*smile*), :-( (*frown*), ;- ) (*wink*) [10, с. 21].

Міжнародне ділове листування повинне витримувати баланс між офіційним і напівофіційними стилями, що надають доброзичливого, партнерського тону, який ґрунтується на етиці спілкування.

**Висновки і пропозиції.** З розвитком міжнародних відносин ділове листування англійською мовою набуває важливого значення, адже воно демонструє високу професійність сторін і може стати визначальним чинником їх подальшої співпраці. Діловий лист характеризується чіткою композиційною структурою (привітання, вступ, основна частина, висновок і прощання); специфічним змістовим наповненням, репрезентантами якого є відповідна лексика (мовні кліше, канцелярська термінологія, фразеологізми, архаїзми тощо); особливими граматичними та синтаксичними засобами (активне вживання займенників першої особи однини, інфінітивних конструкцій, герундія, дієприкметникових зворотів тощо); стилістичними особливостями (чіткість, стислість, регламентація тексту тощо).

Сучасні зміни у сфері ділового листування відкривають нові перспективи мовознавчих, зокрема лінгвостилістичних досліджень, пов'язаних із міжнародною діловою кореспонденцією.

#### Список літератури:

1. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1958. 460 с.
2. Котковець А. Л. Композиційна структура мовленнєвого жанру «діловий лист» // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Серія «Філологія, педагогіка». 2014. Вип. 3. С. 31–36.
3. Крисанова Т. А. Лексико-граматичні особливості англійського та українського ділового листа: компаративний аспект // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки: Мовознавство». 2009. Вип. 17. С. 31–34.
4. Резніченко В. І., Михно І. Л. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету. К. : УНВЦ «Рідна мова», 2003. 480 с.
5. Стогній І. В., Никонорова Л. І. Стилiстичні особливості написання ділових листів англійською мовою // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2007. № 27. Том 2. С. 178–180.
6. Тіллі Р. Ділове листування. К. : Знання, 2010. 160 с.
7. Шувалова Н. Н., Иванова А. Ю. Основы делопроизводства : учебник и практикум для СПО / под общ. ред. Н. Н. Шуваловой. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Изд-во Юрайт, 2019. 429 с.
8. Шух Е. Формули ділового мовлення. К. : Знання, 2010. 160 с.
9. Business Letters for Busy People / Edited by National Press Publications. USA : National Press Publications: A Division of Rockhurst University Continuing Education Center, Inc., 2002. 275 p.
10. Oxford Handbook of Commercial Correspondence / A. Ashley (ed.). New edition. Oxford : Oxford University Press, 2003. 304 p.

**Foka M. V. COMPOSITIONAL AND LINGUOSTYLISTIC FEATURES OF BUSINESS CORRESPONDENCE IN ENGLISH**

*In the context of the development of international relations, business correspondence in English gains importance, as it demonstrates the high professionalism of the parties and can be a significant element for their further cooperation. The paper deals with compositional and linguostylistic features of business correspondence in English. It is found that the business letter has a clear compositional structure: salutation, opening paragraph, body, closing paragraph, and complimentary close. It is emphasized that the western tendency to simplify the format of a business letter allows omitting components of salutation and complimentary close.*

*Each compositional element of a letter is analyzed in detail. On the grammatical level, the use of singular and plural personal pronouns, the complication of sentences with infinitive constructions, gerund, and participle clause, etc. are distinguished. At the lexical level, the use of words in direct meaning, the absence of imaginative means and synonyms, the use of specific terminology and phraseology, the availability of archaisms, as well as the avoidance of the use of dialectisms, exclamations and model words are pointed out.*

*It is determined that the stylistic features of a business letter are the clarity, concise, complete, concrete, constructive, correct, standardization and documentation of a text, etc. At the same time, international business correspondence strikes a balance between formal and semi-formal styles that give a friendly tone based on the communication ethics. Alongside traditional paper letters, faxes and emails that provided on-line communication are considered. If faxes comply with the requirements of business correspondence, then emails are less formal. Modern changes in the field of business correspondence open up new perspectives on linguistic, in particular linguostylistic studies, related to the language of international business correspondence.*

**Key words:** *business letter, fax, email, composition, linguostylistics.*