

Текстовете на деловата кореспонденция

Стоянка Мицева*

Резюме: Статията представя спецификата и актуалните изисквания при съставянето на текстовете за делова кореспонденция, която е същностната част от деловото общуване във всички сфери на обществения, социалния и стопанския живот. Деловата кореспонденция е главният и огромен обем работа на институциите; деловата кореспонденция служи за установяване и утвърждаване на ефективни бизнесотношения, без нея не може да се реализира бизнескомуникацията. И не на последно място по своята важност, макар и в този ред спомената, е деловата лична кореспонденция, без която всеки културен индивид не би могъл да се интегрира в обществото.

Авторката се спира на особеностите на деловите дискурси, за които са предназначени съответните делови текстове, както и на спецификата на изграждане на различните жанрови форми на деловата кореспонденция. Писмената съвременна делова комуникация се подчинява на строги комуникативни и езикови закони. От това как е съставен един делови текст, какъв да бъде стилът, как е структурирана информацията и как посланието звучи като

* Стоянка Мицева е доктор, старши преподавател в катедра „Чужди езици и приложна лингвистика“, фак. МИП на УНСС, e-mail: tmitzeva@abv.bg

цяло, до голяма степен зависи крайният резултат от комуникацията. Прагматичната обобщеност от опита и теоретичната подготвеност на авторката по въпросите на деловата кореспонденция и комуникация е полезна и в помощ на всеки пишещ съвременен човек, делово и лично кореспондиращ.

Статията има прагматическа насоченост и представлява синтезиран отговор на редица въпроси, стоящи пред комуникаторите в деловата сфера.

Ключови думи: бизнескореспонденция, делови дискурс, специфика на деловите текстове, ефективност на деловата кореспонденция, тон, стил на деловите текстове.

JEL: M37, Z13.

Увод

Нагласата за комуникиране се определя от някои учени като процес в развитие, който подготвя личността за нейното *социализиране*. Роланд Буркарт отбелязва, че „развитието на тази **нагласа към общуване** изглежда е жизнено важно и значимо за оцеляването на човека не само в органично-биологичен смисъл; тя представлява – заедно с формирането на неговата повишена способност за учене – преди всичко една безусловна необходимост за започването (по-късно) след момента на раждането му социализиране“ (Буркарт, 2000, с. 79), но тази нагласа не би съществувала

без *символичното съзнание* (Барт, 1991, с. 354). Според Ролан Барт, *символичното съзнание* включва дълбоко въображение; то възприема света като отношение между една повърхностна форма и една многообразна, плътна, огромна бездна и образът придобива много силна динамика...

Всяка комуникация протича в пространството и времето чрез материални носители – канали за свързка между адресант и адресат, при конкретна речева ситуация. Компонентите на речевата ситуация имат отношение към възникването и функционирането на текста. Но най-пряко във възникването и възприемането на текста участват *общуващите (адресант и адресат), кодът и каналът за свързка*. Тези три компонента формират необходимата „вътрешна“ ситуация, в която функционира текстът – те са същинските лостове на всяка речева ситуация, докато времето и мястото на комуникацията са „външен“ ситуативен контекст (Добрева, Савова, 1990, 30).

Езиково общуващите спазват определени речеви и поведенчески норми, съобразени със социалните им роли и статуса им в общуването (Виденов, 2000, с. 106).

I. Текстът като продукт на комуникативна дейност

Текстът като посредник между участниците при речевото общуване е и средство, с което се постигат целите на общуването в социокултурния контекст. Ето защо създаденият текст от участниците в общуването е решаващ фактор в социалната реализация на индивида, от една страна, а от друга, чрез текста се запазват духовността, историята и културата на обществото. И тъй като текстът се изгражда от езикови единици, е много важно правилно да ги построяваме и уместно да ги използваме. То може да стане възможно едва когато

сме постигнали следните езикови и социокултурни компетентности: 1) да владеем фонетичните, лексикалните и граматичните езикови средства; 2) да се ориентираме бързо в конкретната комуникативна ситуация и да подбирате подходящите за нея езикови средства, тон и начин на поведение, съответстващи на социокултурната сфера, в която се намирате; 3) да изграждаме речеви стратегии, с които в конкретните речеви ситуации да отстраняваме навреме допуснатите слабости в общуването, които биха могли да попречат на успешното комуникиране или да не доведат до желаната развързка в общуването и очакваните резултати; 4) да възприемаме и създаваме уместни текстове, с които да участваме в общуването, и да поддържаме контакта, но ако е необходимо, трябва да можем и да го преустановим навреме.

Всяка социокултурна сфера се отличава от останалите по своя специфичен предмет на общуване, условията, целите, участниците в комуникацията със своите **социални роли**, което неминуемо води до определените речеви стратегии за подбор и съчетаването на езиковите средства, т.е. до нужния функционален стил, характерен за съответната сфера на общуване: **научен, разговорен, художествен, публицистичен и официално-делови** (Мицева, 2011, с. 79-80).

Няма комуникация без **тема (предмет)** на общуването. **Текст без тема няма** – той винаги се отнася до определен обект (реален или абстрактен) на мисли и чувства извън текстова действителност, или с други думи казано, **предметът на езиковото общуване може да бъде всякакъв**. Обектът, събитието или нещо друго, от какъвто и да е вид, **денотирано от дума или израз**, е това, към което се отнася думата или изречението, а оттам и целият текст, се нарича **денотат**.

Денотатът отразява съотношение то между текста и обекта, до който той се отнася. Необходимо е да уточним,

че текстът не изчерпва по принцип всички детайли около обсъждания обект, а **само тези негови аспекти, които имат значение за целта на общуването и насоката на комуникативния интерес, обобщена под термина тема.**

Всеки комуникативен процес има фази, които зависят от организацията на речевата дейност, тя пък от своя страна зависи от условията на възникналата комуникативна ситуация. Няма комуникативна ситуация без социално въздействие, тъй като самият текст – продукт на езиковото общуване, изпълнява социална роля в определена социокултурна сфера. *Участието на текста като медиатор между адресант и адресат е също различно в зависимост от съпътстващата го дейност, където той е възникнал. Например, при спортни игри, строителна дейност, работа с машини и пр. речевите действия са ограничени (може да има подаване на реплики или отделни думи, които в определени контексти играят ролята на текст, но те не са дефинитивно цялостни текстове).* В друга речева ситуация – семинар, лекция, излъчване на репортаж, интервю, дебати, официални и неофициални разговори, езиковият текст е водещ в комуникацията. Но както и да протича една речева дейност, тя минава през няколко **задължителни фази:**

- 1) възникване на мотив;
- 2) ориентация в ситуацията;
- 3) възникване на съобщително намерение (комуникативна интенция съобразно условията и предмета на общуването);
- 4) планиране;
- 5) речеви действия за изграждане на текста;
- 6) предаване;
- 7) възприемане и разбиране на текста.

II. Текстът и неговите признаци

Съществуват много и различни дефиниции за текста и това се дължи на неговата

сложна организация като езикова и речева единица, състояща се от поединици – изречения, думи, морфемни, фонемни. Специфичното взаимодействие на тези изграждащи го езикови единици придават на текста определен комуникативен граматически облик. В зависимост от речевата ситуация, участниците в нея, предмета на езиковото общуване, текстът може да бъде оформен и разбран по различен начин. Когато общуването е *пряко*, т.е. осъществява се на едно и също място и по едно и също време, говорим за устни текстове, наричани от науката *изказвания*. Ако общуването е *непряко* – от дистанция във времето и пространството, тогава говорим за *писмени текстове*, чрез които се осъществява комуникацията.

Върху текста влияят и неезикови – социологически, психологически, ситуативни и други екстралингвистични фактори, но с оглед ролята на текста в общуването той се схваща като *висша комуникативна единица, създавана в конкретна ситуация от общуващите с определена цел.*

Текстът има самостоятелна комуникативна функция в процеса на общуването. За разлика от езиковите единици до равнището на изречението, текстът не е необходимо да е свързан с езиков контекст. Контекстът на текста има неезиков характер – конкретната комуникативна ситуация, от която зависят пораждането и възприемането на текста.

Думата текст (от лат.) – означава „изтъкан“, т.е. цялостен, свързан и т.н. Това говори за общи белези, характеризиращи **всеки текст като висша и самостоятелна комуникативна единица. Всеки текст се отличава с признаците:**

- а) *свързаност (кохерентност);*
- б) *граматическа оформеност;*
- в) *цялостност и завършеност;*
- г) *композиционно и жанрово единство;*
- д) *стилово единство и модална организация;*
- е) *информативност.*

Под думата текст обикновено разбираме написан *текст*. Но всъщност текстът може да бъде както дискурс, така и изказ – като самостоятелен словесен поток (писмен или устен), произведен от един или повече участници в определена речева ситуация. Между *дискурс* и *изказ* обаче не може да се сложи знак за равенство. Това на практика се доказва от езиковата комуникация, при която възникват текстовете – писмени или устни. Определенията за текст, които дават учените, са много и различни, но общата опорна точка за една относителна дефиниция са **същността и функциите на текста като комуникативна езикова единица, като вербална регистрация на комуникативен акт**. Естествено, възниква и въпросът за носителя при писмения текст – ръкописният и отпечатаният, по различен начин, текст – остават ли „един и същи“ текст? При устния текст остава въпросът за „разчитането на интонацията, мълчанията и пр.“. Дреслер и Дьо Богранг определят текста като „**комуникационно случване, което удовлетворява взаимозависими критерии**“, а именно:

- А) критерий за кохезия – особено забележима в играта на обусловеностите между изреченията, кохезията е резултат от последователно свързване на изречения, от линейността на текста) (Менгьоно, 2000, с. 42);
- Б) критерий за кохерентност (Кохерентността се обляга върху кохезията, но включва и общи принуди, нелинейни, свързани в частност с контекста, с жанра на дискурса).
- В) критерий за интенционалност – изказващият се стреми да произведе текст, който да има определен ефект върху събеседника;
- Г) критерий за възприеманост – събеседникът очаква да интерпретира текст, който да се вписва в неговия свят;

Д) критерий за интертекстуалност (текстът получава смисъл само във връзка с други текстове – най-вече при творчески текстове);

Е) критерий за информативност и ситуационност (уместност спрямо контекста на изказване).

Текстът спрямо *дискурса* и *изказа* има устойчиво структуриране и е относително независим от контекста. Затова някои автори си служат с термина текст само когато се отнася за литературни, юридически и други институционални текстове.

III. Специфика и жанрове на деловата кореспонденция

Деловата кореспонденция е официална и се обособява в три основни раздела:

- 1) **административна** (канцеларска и правно-административна);
- 2) **търговска** (общостопанска и вътрешнофирмена);
- 3) **протоколна** (политическа и дипломатическа).

Текстовете, които се създават в деловата сфера и я обслужват, са всъщност форма на *делова комуникация*, чийто език се отличава със своята *официалност и специфика*. Съвкупността от речевите актове, протичащи в деловата комуникация, се нарича **делови дискурс**. Както всеки дискурс, така и деловият има *кодифицирани лингвистични употреби*, свързани със съответния тип социална практика. **Текстовете се създават целево и са тематично диференцирани в деловата сфера на комуникация.**

Съставянето на делови текст или документ в кореспонденцията е нелека задача. Първото условие за ефективен делови текст е той да звучи ясно, информативно и точно. А това е възможно, ако имаме достатъчно умения и компетентност да съставяме делови текстове. Преценката за

коя точно и колко информация да бъде предоставена, е първата стъпка към структурирането на ефективния текст. Следва изборът на стила (точният стил – подходящият стил, за диференцирано подбрана тема, участници в комуникацията и пр.). Във връзка със съотношението *стиливе на езика и стилове на речта* А. К. Памфилов отбелязва, че езиковият стил е „особена разновидност, имаща ограничена и определена от социалните задачи употреба, притежаваща специфични езикови средства“ ..., а „стилът на речта е определена система за използване на езика, на неговите функционални стилове, обусловена от жанра, ситуацията, характера на аудиторията и т.н.“ (Памфилов, 1973, с. 220-221), *отъждествявайки речев стил и жанр*.

III.1. Видове кореспонденция и документация

В български език гумата **кореспонденция** (от лат. *correspondeo* – „отговарям“) датира от втората половина на 19-и в., като под това понятие се е разбирало „*съвкупност от писма и други книжа*“. Още през епохата на Възраждането са се изграждали умения у определени грамотни писари, които трябвало да подготвят деловата кореспонденция на едри търговци и за целта пишели послания, писма, съставяли реклами. Деловите текстове се пишели според етикета (европейския) и нормата на деловата кореспонденция стриктно се спазвала.

Създаването на служебни документи представлява част от предмета на деловата кореспонденция като писмено речево общуване. Прагматичната лингвистика, изучаваща различните *делови текстове*, свързани с официално-деловото общуване, спомага за развитието на кореспонденцията като съвременна интердисциплинарна област, към която имат отношение също социологията, психологията, етиката, документалистиката и др.

За да се създаде текст документ, трябва да се овладее деловият език като специфичен регистър на езика, да се усвоят и прилагат знаците на деловия речев етикет, да се владеят стилистичната, правописната и пунктуационната компетентност, както и да се контролира аргументативността на текстовете. Към тези изброени условия за създаването на делова кореспонденция, разбира се, трябва да се прибави и задължителното познаване на основните принципи, стандарти и моделни реквизити за различните типове делова кореспонденция.

Както всеки текст, **документът е източник на информация** – той може да бъде на хартиен носител, на електронен, но се подчинява на точно определени норми при съставянето си:

- *** деловият документ е писмено, унифицирано и стандартизирано свидетелство за регистриране, предаване, съхранение и доказване на факти;
- *** деловият документ е носител на обективно, точно, пълно и ясно написано информационно съобщение;
- *** степента на новост в информационното съдържание на деловия документ е съобразена с нивото на информираност на получателя;
- *** деловият документ фиксира социалнозначима информация от сферата на властта и управлението, административната, стопанската и правно-институционалната област;
- *** деловият документ има доказателствен характер („Български книжици“, 1858) и изпълнява право на функция пред законодателните органи (в сп. „Български книжици“ от 1858 г. за първи път се среща терминът документ като синоним на свидетелство, образци, доказателство);
- *** всеки документ има и историческо значение в един по-късен етап от развитието на държавата и обществото, тъй като е извор на информация и дава знание за

Маркетинг

устройството, законите, правата и свободите на народа, т.е. той е своеобразен посланик между поколенията.

ТИПОЛОГИЯТА НА ДЕЛОВИТЕ ДОКУМЕНТИ се определя от: 1) целта на създаването на документа; 2) съдържанието; 3) произхода; носителя на информацията; 4) индивидуалността и унификацията; 5) срока на изпълнение; 6) адресата на документа и др.

*** Според целевото си предназначение деловите документи се делят на:

- административни;
- юридически;
- финансови;
- търговски;
- дипломатически и др.

*** Според адресанта (авторството) деловите документи биват:

- официални (съставени от длъжностни лица);
- лични (съставени от лица извън служебната сфера).

*** Според участието си в документооборота документите се делят на:

- вътрешни – документи, съставени в учреждението и използвани в него;
- входящи – документи, получени в учреждението;
- изходящи – документи, изпратени от учреждението до други учреждения и лица.

*** Според текстовата си специфика документите биват два вида:

- типови – бланки с отпечатан текст и графи за попълване с променяща се информация;
- индивидуални – свободен текст, но съобразен със спецификата на документа и институцията, до която се отнася; оформят се според авторското виждане и интенция, с предимство на едни или други акценти в съдържанието.

*** Във връзка със срока документите се класифицират на:

- бързи;
- много бързи;
- спешни.

*** Във връзка със степента на прозрачност (разгласа) биват:

- явни;
- поверителни (като за съответните случаи се поставя **гриф** – надпис върху документ или печатно издание за реда на неговото използване; напр., документ с гриф „Строго секретно“; щемпел с образец от подпис или друг ръкописен текст [фр.]).

III.2. Делово писмо – жанрова характеристика

Деловото писмо е една от най-древните форми на делова кореспонденция и принадлежи към родения в късната античност **епистоларен жанр** (от лат. epistolaris – „във вид на писма“; homo epistulis – „човек на писмата, частен секретар“). В гръко-римската епоха кореспонденцията с писма се е считала за *вид словесно изкуство*. Оттогава датира и най-краткото уникално писмо на римския император Юлий Цезар, изпратено до негов приятел в Рим след бойна победа, цитирано и до днес като ярък афоризъм: **„VENI, VIDI, VICI!“** („*Доидох, видях, победих!*“).

Съвременните писма според комуникативната си цел и речевата ситуация биват **лични и делови**.

1. **Личните писма** могат да имат интимен или делови характер в зависимост от адресата, темата, целта на адресанта и пр. Те са емоционални и са продукт на творчески акт. Експресивното им звучене се определя (ограничава) от това дали са предназначени за *адресат от личната неофициална битово-разговорна сфера или за адресат от официалните сфери на обшуване*.

2. **Деловите писма** се пишат по служебен или по друг официален повод. В съдържанието на деловото писмо са запечатани различни лични и социални интенции като: а) подбуда за действие; б) пости-

гане на определена цел; в) получаване на необходима информация, израз на отношение или чувство, свързано с постъпка, събитие и пр.

Функциите на деловото писмо са *три основни* и зависят от комуникативната ситуация, при която протича общуването, както и от речевото поведение на участниците в нея:

- 1) **осведомителна (информативна)** – чрез нея се *осъществява предаването на информация* за факт, който е значим и за адресанта, и за адресата;
- 2) **оценъчна (валутативна)** – представя писмото като *израз на отношението* на адресата към коментирания факт/събитие;
- 3) **убеждаваща** – чрез нея се *формира тип социално поведение*.

Цялостното оформяне на деловото писмо е обусловено от редица социално-психични фактори като:

- предмет на общуването – той определя дискурсивния подход на текста;
- вид на общуването (официално/неофициално);
- област на общуването и предполагаеми знания и компетентности;
- социална роля – очакванията във връзка с комуникативното поведение на участниците в общуването според диференцираните социални отношения;
- характер на отношенията между комуникиращите с оглед на социалния им статус – симетрични/несиметрични;
- характер на писмената комуникация – постоянна, честна или първоначален контакт.

В езиковата практика на **деловата кореспонденция** *подходът на автора* на писмото към формата и *изказът* се определят от зададените „наум“ **ключови въпроси**:

- 1) Какво цели с писмото?
- 2) На кого пише?
- 3) Какво знае адресатът за него?

- 4) Какви са неговите потребности?
- 5) Какво очаква той от писмото му?
- 6) Ще създаде ли интерес?
- 7) Ще предизвика ли писмото действие?
- 8) Ще убеди ли получателя с посланието си?

Деловото писмо се пише съответно на **делови език**, чиито единици са подчинени на изискваната унификация, разбирана като стандарт за техническо и вербално оформление на посланието. Деловото писмо се пише на официална бланка или бели листове в три-четири идентични екземпляра – единият се изпраща на адресата, а другите се запазват (архивират) за адресанта.

Съдържанието на деловото писмо може да бъде написано по строго фиксиран модел – *трафаретен* (от итал. *trafaretto* „шаблон, приет образец“) или по *вариращ модел* – аналогичен на текст образец, допускащ *ограничена вариативност*, съобразена със спецификата на общуването. Служебното писмо има следните реквизити:

- емблема на учреждението, организацията или предприятието изпращач;
- наименование на учреждението;
- адресни данни на получателя;
- име на автора на писмото и данни за адресанта;
- изходящ регистрационен номер;
- дата и място на издаване на текста документ;
- входящ регистрационен номер;
- получател (адресат);
- съдържателна формула (*за/относно*);
- встъпителна етикетна формула;
- текст (изложение);
- заключителна етикетна формула;
- подпис;
- печат;
- бележки за изпратени копия;
- приложения;
- индекси за авторство.

В зависимост от типа текст на деловото писмо и интенцията на автора се подбират етикетната формула за обръщение. Подходът може да е *неутрален* (стро-

го служебен и неизбирателен по отношение на общуващите) и *висок* (официален – избирателен по отношение на общуващите). Първият тип подход *имплицитно* се отнася до равноправни в общуването – *адресат и адресант*. При втория тип подход (избирателен) етикетните формули са съобразени с *публични конвенции, правила на комуникация, дистанция между адресанта и адресата, норми на вежливост*.

Текстът на деловото писмо **включва въведение, изложение и заключение**. В изложението се отделя място за авторските намерения, проблеми, аргументи и факти. *В заключението се съобщава за взето решение, отказ, съгласие или се дава предложение. Текстът трябва да завърши любезно. Заключителната етикетна формула се пише на нов ред в дясната половина на листа – С уважение : ..., Искрено Ваш ..., С най-добри пожелания ..., С почит : ..., Почитаемо Ваш...; Приемете моите най-искрени поздравии..., Приемете моите най-искрени благодарности..., В уверение на моите най-искрени чувства..., Приемете моите най-сърдечни поздравии... и пр. Следва **подпис, който се поставя отгъсно на учтивото заключение, в скоби се пише името на адресанта, например: С уважение: (подпис)** (офн. С. Димитрова)*

✓ КАКЪВ ТРЯБВА ДА БЪДЕ ТЕКСТЪТ НА ДЕЛОВОТО ПИСМО?

✓ НА КАКВИ КРИТЕРИИ ДА ОТГОВАРЯ ТОЙ?

1. Текстът на деловото писмо трябва да отговаря на общите изисквания за текст като висша комуникативна единица – да е спазен принципът на *кохезия* (начинът, по който са свързани компонентите на текста) и *кохерентност* (граматична и семантична взаимосвързаност на изреченията, изграждащи текста);
2. Да има *интенционалност* – адресантът да създаде кохезивен текст, който да изпълни намеренията на автора да постигне някаква цел в даден аспект;

3. Да има *акцептабилност* – очакването на реципиента за кохезивен и кохерентен текст, който да бъде за него полезен;
4. Да носи *информативност* – степен на непознатост на текста или познатост;
5. Да бъде взета предвид и *ситуацията* – текстът да бъде релевантен (способен да диференцира езикови единици) за съответен речев акт;
6. Да има *интертекстуалност* – да са налице факторите, правещи употребата на текста зависима от познаването на други, предварително приети и проучени текстове; отсъствието на един от тях прави настоящия текст некомуникативен.

* Важен признак за талантливо написано писмо (въпреки съществуващите стандарти в писането на деловите писма има и творчески момент) е *текстовият семиозис – смисловата и формалната свързаност на неговите елементи*.

Семантичната сърцевина на текста се изгражда от въвеждащата част, информативното ядро и заключителната част. Въвеждащата част подготвя адресата за *темата* на текста, съдържа мотивацията за написването му. Едно точно, сполучливо начало на деловото писмо буди интереса на адресата. Използването на готови клишета като уводна част не е израз на добър стил.

Информативната част от текста носи *денотативната информация* (основната). Тя се разгръща чрез посланието, което се членува на *микротекстове*. В кореспонденцията е възприета характерната за публицистичния стил техника на *лийда* (Кондукторова, 2005, с. 33), според която най-важният факт в писмото се съобщава в самото начало на изложението, а всеки следващ абзац обогатява информацията за адресата.

В структурно отношение заключение е естественият завършек, както при всеки текст. Шаблонният край на писмото

няма съдържателно отношение към основния текст.

Деловото писмо се счита за успешна писмена форма на комуникация само ако са спазени изискванията на официално-деловия стил, а именно: *текстът да бъде стегнат, точен, ясен и учтиво написан*. Основните предимства на писмото са неговата стегнатост и целенасоченост. Друг задължителен признак на *деловото писмо* е *спазеният речев етикет*, изразяващ се чрез уточнените стереотипни етикетни формули, граматични средства – морфологични средства и синтактични единици, имащи отношение към звученето на текста и стилистичния му облик.

III.2.1. Видове делови писма

Делови писма се използват във всички области на социалния живот. Съществува голямо разнообразие от тематични модели и затова подходът към класификацията на този вид **делова кореспонденция** е вариативен. Най-често приложима е **двуделната класификация по тематичен признак**, а именно: **а) делови** – засягащи въпроси от различни обществени сфери (от общ профил); **б) търговски** – свързани с изпълнението на търговските сделки.

*** От гледна точка на **функционалността** им, деловите писма се делят на:

1) **инициативни** (написани от адресанта); 2) **писма отговори** (написани от адресата).

*** От гледна точка на **структурата** им, деловите писма биват:

1) **регламентирани** (стандартни) и 2) **нерегламентирани** (авторски).

*** От гледна точка на **съдържанието** писмата се делят на:

1) **едноаспектни** (когато поставят един въпрос) и 2) **многоаспектни** (поставящи няколко въпроса).

*** В зависимост от **броя на адресатите**, писмата биват:

1) **обикновени** (когато получателят е един) и 2) **циркулярни** (когато получателите са повече).

*** В зависимост от носителя (начина на предаване на информацията), на който е написан текстът, деловите писма са:

1) **електронни** или 2) **книжни**.

Всеки вид писмо има определен тип комуникативна задача, която трябва да изпълни – молба, благодарност, напомняне, възражение, изразяване на съгласие/несъгласие, потвърждение, извинение и пр.

За всеки тип писмо са характерни стандартни текстови структури, специфични стилово-езикови средства и етикетни формули, които трябва да се спазят в кореспонденцията, за да бъде тя успешна (да се изпълнят двустранно комуникативните намерения).

III.2.2. Лични документи

Документите, свързани с личните ни планове, намерения, желания, възражения и пр., могат да се обособят в четири групи:

- **Документи, свързани с работа/учене/квалификация.**
- **Писма – отговори на институциите, където сме подали документи.**
- **Искане, жалба, възражение.**
- **Лични и неформални бизнес писма.**

Този вид документи принадлежат към деловата кореспонденция и затова трябва да бъдат съставени по съществуващите стандарти. Начинът, по който пишем и оформяме документите си, е гаранция за успеха и неуспеха ни още в първия етап от комуникацията ни със съответните институции. Текстът трябва да е сбит, ясен, целенасочен и лесно възприемаем от адресата.

Документите за работа включват:

1. Молба/Заявление.
2. Придружително писмо.
3. Автобиография (CV – европейски образец, изтегля се от интернет).
4. Мотивация.

5. Препоръка.
6. Визитка (бизнес картичка).

III.2.3. Видове текстове в институционалната сфера

Текстовете, чрез които се уреждат обществените взаимоотношения между гражданите и институциите и между отделните институции, имат преди всичко *регулативен характер*. Такива са **текстовете документи** в областта на **администрацията, правото и дипломацията**. Тяхната основна функция е **регулиращата**. Под всеки текст документ стои подписът на институцията, която е представена от упълномощено лице от държавата, или на гражданина – автор на документа. **Общуването в институционалната сфера е винаги официално и обикновено писмено. В някои случаи може да бъде и устно – дипломатически срещи или други на високо равнище.**

Според функциите, които изпълняват, **текстовете документи** са свързани с три основни области – **законодателство, дипломация и администрация**.

В сферата на законодателството функционира **правна норма** (абстрактно правило за поведение), която се отнася за **неограничен брой адресати**, действаща **неограничено дълго време** до подмяната ѝ с друга. **Различните институции издават нормативни актове, включващи правни норми, и тези актове са в йерархична зависимост. С най-висок нормативен статут са актовете с международноправен характер – харти, конвенции, пактове и др.** Такива ратифицирани международноправни актове, подписани от България, са:

- **Всеобща декларация за правата на човека** (приета на 10.XII.1948 г. от Общото събрание на Организацията на обединените нации (ООН);
- **Конвенция за защита правата на човека и основните свободи** (подписана в Рим на 4.XI.1950 г.),

- **Международен пакт за гражданските и политическите права** и мн. др.
- **Законодателните текстове имат предписваща и регулираща функция:**

1) **Законали**. Основният **всеобщ за всички закон** във всяка правова демократична държава е **Конституцията**, която включва и принципи, залегнали в международноправни актове – **кодекс, указ. Законите** (закононите актове) **регулират и регламентират отношенията в различни сфери на обществения живот – трудово право, авторско право, семейно и наследствено право**. Има **Търговски закон, Закон за защита на конкуренцията, Закон за меценатството** и т.н. Групата сродни закони, свързани с определена тема, са публикувани в кодекси. Такива са: **Семеен кодекс, Наказателнопроцесуален кодекс, Трудов кодекс** и пр.

Въз основа на **законовите актове** се изработват **подзаконови актове**, които всъщност представляват **правилници** за прилагане на отделните **закони и наредби** на държавната власт (Министерски съвет, отделни министерства) или на местната власт (кметове, общински съвети).

2) **Правителствени разпоредби – постановления, резолюция, решение;**

3) **Устава – правилник, наредба, инструкция**

- **Дипломатическите текстове имат няколко функции:**

А) **контролираща и организираща функция – спогодба, конвенция;**

Б) **информативна – декларация, комюнике;**

В) **въздействаща функция – нота, меморандум.**

- **Административно-канцеларските текстове имат следните функции:**

А) **информативна функция – автобиография, протокол;**

Б) **уостоверителна функция – удостоверение, разписка, пълномощно.**

Текстовете документи се пишат на официално-делови стил. **Общуването в институционалната сфера е съобразено**

с *нормите* на речевото поведение, което е задължително за всички участници в комуникацията. Изборът на езиковите средства е ограничен и зависи от функциите на съответните нормативни текстове, както и общото изискване към **текстовете документи** да се *пишат на ясен език и по правилата, така че информацията в тях да се възприема еднозначно, бързо и непротиворечиво* от адресата. Тези текстове се отличават с **нормативност и имат строго определен структурно-композиционен модел, който е клиширан.**

Функциониращият стил в институционалната сфера е **официално-деловият**, който представлява разновидност на СБКЕ и се използва при официално-делови и правови отношения, регулира управлението и взаимоотношенията между държавата и учрежденията, между държавата и гражданите ѝ и държавата и други държави. Комуникативната функция на езика в условията на официалност се усложнява от **императивната и контролираща роля на текстовете документи (нормативни текстове)** в областта на дипломатията, законодателството и администрацията.

За някои подстилове на официално-деловия съществуват допълнителни **стилови признаци** за отделни жанрове като: *1) предписателност; 2) констативност; 3) императивност.*

Подстилове и жанрове в официално-деловата сфера (ОФДС)

В зависимост от сферата на общуване – **законодателна, административна или дипломатическа**, както и от адресанта и адресата, се обособяват следните **подстилове на официално-деловия стил:**

А) законодателен стил (определян и като законодателна стилистика. Този стил е свързан както със законодателната власт (парламента), така и с изпълнителната (Министерски съвет, министерства, общини и т.н.) **На всички езици равни-**

ща текстът на ОФДС е императивен и задължителен. Основните жанрове са: конституция, кодекс, закон, наредба, устав, указ, правилник, инструкция;

Б) административно-канцеларски стил – **предназначен е за обслужване на всички граждани** (създатели и получатели на административни текстове). Документите биват **две основни групи:**

Б.1. документи от официална инстанция, представляващи предварително изготвена бланка – *диплома, заповед, уверение, свидетелство, призовка, акт, квитанция, фактура и др.;*

Б.2. документи с частен характер, имащи ограничена сфера на употреба и кратковременен срок – *автобиография, молба, декларация, докладна записка, възражение, жалба, обява, пълномощно, протокол, удостоверение, съобщение, препоръка;*

В) дипломатически стил – **обслужва сферата на международните отношения.**

Авторът на дипломатическите документи е **анонимен**, той формално се подписва под официалния документ. Текстът е **съобразен с дипломатическия подстил**, като е спазена неговата характерна затвореност, включваща ограниченост по същество, **отсъствието на публичност при осъществяваната комуникация между представителите на държавите.** В дипломатическата комуникативна практика се използват **два основни типа текстове:** *1) същински дипломатически жанрове – конвенция, меморандум, нота, вербална нота, комюнике; акредитивни писма; 2) несъщински дипломатически жанрове*, които се използват и в други официално-делови сфери – *договор, паметна бележка* (напомняне за нещо или уточняване на условия и взаимни отношения), *поздравление, съболезнование, споразумение, протокол.* Този вид текстове имат предимно *динамичен характер, но понякога и повествователен.*

В зависимост от конкретната делова сфера, официално-деловият стил функцио-

нира с *вариантната си маркираност* като **административен, законодателен и дипломатически, със своя специфична лексика**. За етикета на деловия стил важат всички общи белези на речевия етикет и тези, които допълнително се отбелязват като специфични за комуникативния дискурс в областта на дипломацията, висшата администрация и стопанската сфера.

III.2.4. Търговска кореспонденция

Днес в епохата на глобализацията животът ни е немислим без деловата кореспонденция, част от която е и търговската. Във всички стопански взаимоотношения, в които влизаме по различни поводи, се работи с *търговска/стопанска кореспонденция*. Всички нейни жанрове са делови и носят спецификата на икономическия подстил, както и на административния.

Според съдържанието си, търговската кореспонденция бива *два* доминиращи типа:

- 1) *стопанска делова кореспонденция, свързана с предлагането;*
- 2) *стопанска делова кореспонденция, свързана с търговското договаряне.*

Търговската кореспонденция, свързана с *предлагането*, има няколко жанрови разновидности: *запитване, оферта – твърда оферта и свободна оферта, отговор на оферта/потвърждение, контраоферта, поръчка, индент (вид поръчка)* и др.

Документите, свързани с *търговско договаряне*, са търговски договор (със и без придружителен анекс) и *писмо рекламация*.

Едни от най-добрите експерти по комуникация и делова кореспонденция препоръчва: в деловия текст (особено при бизнес кореспонденцията) да има ясен акцент върху структурата, подбор на подходящ тон и стил – „Намерете верния тон за вашата делова кореспонденция“ (В: Комуникацията (Харвард – Байърк, 2006, с. 15) казва Ричард Байърк. Според специализирания автор по

делова кореспонденция, две качества определят ефективния тон на кореспонденцията: нивото на изразителност и степенята на официалност.

Заклучение

Комуникационните умения са задължително условие за ефективната делова кореспонденция. Необходимо е да се знаят и спазват принципите на *доброто говорене и писане*. Писменото делово общуване в зависимост от комуникативния дискурс може да има гама от стилове и тонове, които обаче принадлежат към основния регистър на деловата комуникация по отношение на съвкупността от *кодифицираните лингвистични употреби*, свързани с определен тип социална практика, или съвкупността от различните *речеви текстове (речта зависи от езика/езиковите средства), създавани целело в деловата сфера* на комуникация.

Пряка връзка с *предмета на общуването* има подготовеността на участниците за комуникацията, т.е. *необходимо е те да имат знания за действителността*, отразявана от текста, които ще им помогнат по-бързо да осмислят предмета на общуването. Тези знания се наричат **фонови** и са необходими за разбиране на логическите връзки между предметите, явленията и езика, с който си служим и с който ги обясняваме. Без тези знания е невъзможно да разбираме и създаваме текстове. **Факторът фонови знания е валиден за всички видове текстове от различните социокултурни сфери.**

Цитирани източници

Байърк, Ричард, 2006. Комуникацията, която информира и влияе/Мениджмънт за конкретни резултати, Харвард (превод от английски език), Велико Търново, изд. „Абагар“, с. 15.

(Bayark, Richard, 2006. Komunikatsiyata, koyato informira i vliyaе/Menidzhmant za konkretni

Маркетинг

rezultati, Harvard (prevod ot angliiski ezik), Veliko Tarnovo, izd. „Abagar“, s. 15)

Барт, 1991: Барт, Ролан, 1991. Въображение-то на знака. София: изд. „Народна култура“, с. 354.

(Bart, Rolan, 1991. Vaobrazhenieto na znaka. Sofia: izd. „Narodna kultura“, s. 354.

Буркарт, Роланд, 2000. Наука за комуникацията (превод М. Златева). В. Търново: ПИК, с. 79.

(Burkart, Roland, 2000. Nauka za komunikatsiata (prevod M. Zlateva). V. Tarnovo: PIK, s. 79)

Виденов, Михаил, 2000. Увод в социолингвистиката. София: изд. „Делфи“, с. 106.

Videnov, Mihail (2000), Uvod v soziolingvistiata, Sofia: izd. „Delfi“, s. 106.

Добрева, Е., И. Савова, 1990. Проблеми на изграждането на текста. София, с. 30.

Dobрева, E. I. Savova, 1990. Problemi na izgrazhdane na teksta, Sofia, s. 30.

Делова кореспонденция

Кондукторова, Анастасия, 2005. Делова кореспонденция, Варна, с. 33.

Konduktorova, Anastasia (2005), Delova korespondentsia, Varna, s. 33.

Менгъоно, Доминик, 2000. Ключови термини в дискурс анализа. София: СУ СВ. Кл. Охридски/Факултет по журналистика и масова комуникация, с.15.

Meng`ono, Dominik, 2000. Klyuchovi termini v diskurs analiza. Sofia, SU "Sv. Kl. Ohridski"/Fakultet po zhurnalistika i masova komunikatsia, s. 42.

Мицева, Стоянка, 2011. Текст. Видове текст. Речев етикет. София: УИ „Стопанство“, с. 79-80.

(Mitseva, Stoyanka, 2011. Tekst. Vidove tekst. Rechev etiket. Sofia: UI „Stopanstvo“), s. 88-89.

Памфилов, А. К., 1973. Стили езика и стили речи. М., с. 220-221.

(Pamfilov, A. Stili jazaika I stili reci. Moskva, 1973, s. 220-221)