

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия, митрополита Московского»**

Кафедра «Зарубежной филологии»

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Направленность (профиль): «Зарубежная филология
(английский язык и литература; теория и практика перевода)»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

Лингвостилистическое своеобразие текстов деловой коммуникации на
основе английского и русского языков

Выполнила студентка
4 курса группы ЗФ-401
очной формы обучения
Нагорная Александра
Юрьевна

(подпись)

Научный руководитель
Никитина Татьяна
Германовна, доцент, кандидат
филологических наук

(подпись)

Допустить к защите:
Заведующий кафедрой

(подпись)

(И.О.Ф)

« ____ » _____ 20__ г.

Тольятти 2022

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия, митрополита Московского»**

Кафедра зарубежной филологии

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Направленность (профиль) «Зарубежная филология
(английский язык и литература; теория и практика перевода)»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

« ____ » _____ 20 __ г.

**ЗАДАНИЕ
на выполнение бакалаврской работы**

Студентка: Нагорная Александра Юрьевна

1. Тема: Лингвостилистическое своеобразие текстов деловой коммуникации на основе английского и русского языков.
2. Срок сдачи законченной бакалаврской работы: 14.06.2022
3. Исходные данные: работы по теории деловой коммуникации и делового дискурса Н.В. Муравьевой, Е.Н. Малюги, А.О. Стеблецово́й.
4. Содержание работы: определение понятий деловой коммуникации и делового дискурса; систематизация основных жанров деловой коммуникации; назначение и классификация деловых писем; сопоставительный анализ оформления, лингвостилистических особенностей деловых писем и контрактов на русском и английском языках.
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала: письма и контракты на русском и английском языках; таблицы: 1) структура письма-запроса на английском языке; 2) черты сходства и различия англоязычной и русскоязычной деловой корреспонденции; 3) черты сходств и различий англоязычных и русскоязычных контрактов.
6. Дата выдачи задания « ____ » _____ 20 __ г.

Научный руководитель _____ к.ф.н., доцент Никитина Т.Г
(подпись)

Задание принял к исполнению _____ Нагорная А.Ю.
(подпись)

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя
Алексия,
митрополита Московского»**

Кафедра зарубежной филологии

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Направленность (профиль) «Зарубежная филология
(английский язык и литература; теория и практика перевода)»

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой _____

(подпись)

(И.О.Ф.)

« ____ » _____ 20__ г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН
выполнения бакалаврской работы**

на тему: Лингвостилистическое своеобразие текстов деловой коммуникации
на основе английского и русского языков
студентки: Нагорной Александры Юрьевны

	Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководите ля
1.	Поиск литературы и других источников, их предварительное изучение, подготовка списка источников	01.02.22	01.02.22	выполнено	
2.	Формирование плана исследования, его содержания и структуры	10.02.22	10.02.22	выполнено	
3.	Написание разделов ВКР	06.05.22	06.05.22	выполнено	
	Введение	01.03.22	01.03.22	выполнено	
	1 глава	25.04.22	25.04.22	выполнено	
	2 глава	06.05.22	06.05.22	выполнено	
4.	Формирование выводов и практических рекомендаций. Написание заключения	11.05.22	11.05.22	выполнено	
5.	Оформление работы	17.05.22	17.05.22	выполнено	

6.	Предзащита бакалаврской работы	18.05.22	18.05.22	выполнено	
7.	Исправление замечаний	01.06.22	01.06.22	выполнено	
8.	Представление бакалаврской работы на кафедру	14.06.22	14.06.22	выполнено	
9.	Получение отзыва от руководителя	11.06.22	11.06.22	выполнено	
10.	Получение справки о проценте оригинального текста	07.06.22	07.06.22	выполнено	
11.	Подготовка доклада и иллюстрированных материалов для защиты	14.06.22	14.06.22	выполнено	
12.	Изучение отзыва руководителя. Подготовка ответов на замечания	11.06.22	11.06.22	выполнено	

Научный руководитель _____ к.ф.н., доцент Никитина Т.Г.
(подпись)

Задание принял к исполнению _____ Нагорная А.Ю.
(подпись)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1 Понятие и основные характеристики деловой коммуникации	9
1.1 Соотношение понятий деловой коммуникации, делового дискурса и деловой речи	9
1.2 Основные жанры деловой коммуникации.....	19
Выводы по первой главе.....	29
Глава 2 Сопоставительный анализ деловых писем и контрактов на английском и русском языках.....	31
2.1 Сравнение особенностей русскоязычных и англоязычных писем	31
2.2 Сопоставление англоязычных и русскоязычных контрактов	45
Выводы по второй главе	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	60
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	64

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении многих лет формировались деловые и дипломатические отношения между бизнес партнерами на предприятиях различного уровня. Навыки ведения деловой документации являются неотъемлемой частью успешной и слаженной работы компании. Деловые письма и контракты играют ключевую роль на предприятии. Они способствуют заключению коммерческих сделок, решению ряда деловых вопросов.

Деловое письмо является одним из важнейших средств общения в компаниях частного и государственного масштаба, в бизнесе, на предприятиях различного уровня. Практически любое управленческое решение или коммерческая сделка сопровождается перепиской. Компетентность в области делового общения ведет к успеху на предприятии, реализации планов и достижению поставленных целей. Именно поэтому овладение навыками делового общения и переписки необходимо для деловых людей. Контракт представляет собой соглашение двух и более сторон, которое направлено на сохранение, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей и выполнение определенных обязательств по отношению к другим участникам. Договор может быть заключен как между физическими лицами, так и между организациями (юридическими лицами). Целями контракта могут выступать заключение взаимовыгодного сотрудничества, предоставление определенного спектра услуг, продажи предлагаемой продукции. Стороны, заключающие контракт стремятся к получению прибыли с минимальным ущербом для их интересов. Вступление контракта в силу подразумевает мотивированное взаимодействие и скооперированные усилия для достижения желаемого результата.

Актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена расширением деловых связей с иностранными фирмами и компаниями и необходимостью вести деловую переписку на иностранном языке, а также знанием необходимых правил составления и заключения контрактов.

Объектом изучения в данной работе являются жанры коммерческого письма и контракта.

Предметом является лингвостилистические особенности писем и контрактов на английском и русском языках.

Цель данной работы – выявить общие и различные характеристики деловых писем и контрактов на русском и английском языках.

Поставленная цель требует решения следующих задач:

- 1) дать определение понятий деловой коммуникации и делового дискурса;
- 2) систематизировать основные жанры деловой коммуникации;
- 3) определить назначение и выделить классификацию деловых писем;
- 4) проанализировать стиль, оформление, а также лингвостилистические особенности изложения деловых писем и контрактов;
- 5) произвести сопоставительный анализ деловых писем и контрактов на русском и английском языках.

Теоретической базой исследования послужили работы по теории деловой коммуникации и делового дискурса Н.В. Муравьевой, Е.Н. Малюги, О.И. Натхо, А.О. Стеблецовой. В качестве теоретической базы исследования деловых писем были взяты работы стилистике и теории написания деловых писем Т.П. Плещенко, И.Н. Кузнецовой, Л.В. Нижниковой, М.Ю. Рогожина, В.В. Радченко, А.В. Карпениной. Для анализа контрактов теоретической базой послужили работы Патрика Болтона, О.Ю. Шишигиной, А.М. Ширвиндта.

Методы исследования – метод анализа и синтеза, метод лингвостилистического анализа, метод сравнительного анализа.

Материалы исследования – современные аутентичные письма и контракты, полученные из фирмы ООО МОК «ВИНДЗОР», официального сайта Cambridge Assessment English и современных пособий по деловой корреспонденции.

Практическая значимость данной работы в области стилистики состоит в возможности использования полученных сведений в преподавании таких предметов, как «Практический курс перевода», а также при написании деловых писем и составлении контрактов иностранным компаниям и организациям.

Положения, вносимые на защиту:

1) лингвостилистические характеристики деловой корреспонденции и деловых контрактов содержат черты текстов делового стиля (точность, объективность, безэмоциональность), что выражается в большом количестве деловой лексики, обилии прецизионной информации, подчинении синтаксиса информативной функции;

2) русскоязычные и англоязычные схожи в обязательных структурных элементах, наличии деловой лексики, клише, числовой информации, грамматических особенностях (наличие условных предложений, пассивного залога, перечислений); в то же время отличительными чертами являются оформление деловых писем, использование архаизмов и аббревиатур, названий предприятий;

3) русскоязычные и англоязычные контракты схожи в основных лингвостилистических особенностях (термины, клише, профессионализмы, наличие сложных распространенных предложений, условных предложений, выражения долженствования, использование пассивного залога), но различаются в наличии дополнительных элементов, аббревиатур и модальных средств.

Цель и задачи определили структуру работы. Она состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения и библиографического списка. Первая глава посвящена обзору и анализу информационного материала на выбранную тему. В первом параграфе произведен обзор пособий и научных работ, посвященных определению деловой коммуникации, делового дискурса и делового общения. Во втором параграфе представлена информация об основных жанрах деловой коммуникации.

Вторая глава посвящена сопоставительному анализу деловых писем и контрактов. В первом параграфе произведен сравнительный анализ деловых писем на русском и английском языках. Во втором параграфе представлен сравнительный анализ контрактов на русском и английском языках.

Апробация работы: результаты исследования были представлены в докладе на V региональной молодежной научно-практической конференции «Поволжский фестиваль студенческой науки», проводимой в Поволжской академии образования и искусств имени Святителя Алексия. Они представлены в тезисах по результатам данной конференции в статье «Анализ основных принципов делового стиля речи на примерах исследования деловых бумаг на английском языке» 2022 года. Также результаты работы были представлены в докладе на XXIV Всероссийской студенческой научно-практической конференции Нижневартковского государственного университета в онлайн формате. По итогам конференции была опубликована статья: Нагорная, А.Ю. Лингвостилистическая характеристика деловой переписки // XXIV Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. - Нижневартовск: НВГУ, 2022. - С. 389-394.

Глава 1 Понятие и основные характеристики деловой коммуникации

1.1 Соотношение понятий деловой коммуникации, делового дискурса и деловой речи

На современном этапе развития общества необходимо расширение взаимосвязей в межличностном общении и совместной деятельности. В государственном, муниципальном и других управлениях возрастает потребность в коммуникативных умениях и навыках, которые способны гарантировать успех в профессиональной деятельности. Деловые тексты обеспечивают честность участников делового процесса, прозрачность процесса деловой коммуникации и его соответствие деловой этике. Тексты отражают труд людей, вовлеченных в процесс производства и торговли товарами, соотносятся с Библейской цитатой: «Богатство от суетности истощается, а собирающий трудами умножает его» [34].

Многие исследователи полагают, что под коммуникацией следует понимать не только процесс общения и передачи информации, но и достижение взаимопонимания участников коммуникации. Учеными были выделены основные значения коммуникации: 1) универсальное – коммуникация трактуется как способ связи объектов материального и духовного мира; 2) техническое – коммуникация является средством передачи информации из одного места в другое; 3) социальное – коммуникация представляет собой множество связей и отношений, возникающих в обществе на определенном этапе [46, с. 124].

Деловая коммуникация является наиболее распространенным стилем общения в социуме. Деловое общение является необходимым вариантом взаимодействия людей в сфере дипломатических, коммерческих,

административных, правовых отношений. Умение успешно вести переговоры - неотъемлемая часть профессиональной культуры человека, работающего в упомянутых сферах. Первостепенной задачей при овладении навыками деловой коммуникации является изучение определенных сведений, представлений и правил делового общения. Знание навыков делового общения отражает культуру и воспитание личности. В своём научном труде Д.Ю. Лескин, протоиерей, доктор философских наук писал: «Воспитание также не может быть пустым понятием, отрешенным от создающего его мировоззрения и ценностной платформы, на которой стоит общественная и шире – народная жизнь» [26, с. 14].

Существуют различные трактовки термина «деловое общение». По словам С. Шилова, феномен делового общения следует изучать «как один из видов официального взаимодействия, который имеет свою специфику как в содержании и целях общения, так и в определенном характере отношений между участниками общения».

По мнению Стеблецовой, деловое общение - это «универсальный тип институционального дискурса, который обеспечивает необходимый уровень коммуникативного взаимодействия в любой сфере профессиональной деятельности». Данные определения дают наглядное представление об однозначном доминировании статусно-ролевых (институциональных) характеристик делового общения. Исследователи особо выделяют такое качество рассматриваемого вида общения, как универсальность.

Весьма интересна точка зрения Т. Ширяевой. Она определяет деловое общение как «целенаправленную словесно-ориентированную статусно-ролевую деятельность человека; и деловые отношения, направленные на получение прибыли и основанные на правилах, принятых в деловом сообществе, являются их общей чертой» [49, с. 89].

Термин «деловое общение» и «деловая коммуникация» могут употребляться в одном и том же контексте, однако между ними существует разница. Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых

партнеров, целью которого служит организация и оптимизация того или иного вида деятельности в сфере науки, производства и т.д. Деловое общение – это процесс взаимодействия и обмена опытом, информацией. Цель делового общения – постановка конкретных целей и задач. Общение людей предполагает обмен информацией и дальнейшее сотрудничество. Предметом общения в деловой коммуникации является совместная деятельность. Сближение целей и позиций, продуктивное сотрудничество, улучшение партнерских отношений – основные задачи деловой коммуникации [19].

В деловой коммуникации осуществляется обмен деятельностью и её результатами, формируются настроения и взгляды на различные вопросы, развивается взаимопонимание и уважение к партнерам. Для успешного ведения профессиональной деятельности необходимо взаимодействовать с партнерами и оппонентами, людьми разных культур и национальностей. Для достижения взаимопонимания следует использовать необходимые технологии деловой коммуникации. От качества деловой коммуникации зависят взаимопонимание, правильная расстановка приоритетов и согласованность действий. Процесс общения включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, осознание своих мотивов. Коммуникация может быть разных типов, видов и формы. Различают вербальную и невербальную коммуникацию. Вербальная коммуникация может быть как устной, так и письменной [23, с. 260].

Исследователи различают следующие виды и формы деловой коммуникации: 1) межличностная и публичная (определяется в зависимости от количества участников коммуникации); 2) устная и письменная (устная форма деловой коммуникации представлена различными презентациями, докладами, выступлениями; письменная – наличием деловых документов, регулирующих работу предприятия или взаимоотношения между представителями фирм), аудиальная и визуальная (в зависимости от способов кодирования речи); 3) диалогическая и монологическая; 4) непосредственная

и опосредованная (в зависимости от наличия дополнительных средств коммуникации: телефон, почта, Интернет и т.д.) [7, с 217].

Деловая переписка может проявляться как в межличностной, так и в личной форме делового общения. Данный вид коммуникации является опосредованным, так как участники делового общения не имеют возможности общаться непосредственно в момент решения конкретной задачи, обсуждения рабочего вопроса.

По направленности выделяют вертикальные и горизонтальные виды коммуникаций, которые обусловлены структурой организации. К вертикальному направлению относят нисходящие и восходящие коммуникации. В процессе нисходящей коммуникации сообщения руководства направляются ответственным руководителям более низких уровней, которые доводят информацию до подчиненных. Вся официальная информация при нисходящей коммуникации представлена в письменной и устной форме. Помимо нисходящих коммуникаций, любой организации требуется наличие восходящего типа коммуникации, по которой информация поступает от подчиненных к руководству. Восходящие коммуникации – это сообщения, посылаемые с низшего уровня организации на высший уровень [10].

К информации, передаваемой по восходящим каналам коммуникации относятся: отчеты по результатам работы отдельных сотрудников или всего отдела; предложения, которые связаны с усовершенствованием работы как на отдельном рабочем месте, так и в отделе или организации в целом; жалобы работников на коллег или непосредственных руководителей; жалобы на условия труда; сигналы о наличии конфликтных ситуаций и другое. Горизонтальные коммуникации – это различные формы общения между коллегами, т.е. равными по иерархическому уровню индивидами внутри одного подразделения или между подразделениями.

Деловая корреспонденция относится как к нисходящему, так и к восходящему видам коммуникации. Сообщения подчиненных руководителю

предоставляются в письменной форме (отчета, заявления и т.д.). Руководитель, как правило, отдает распоряжения в письменном виде [3].

Особенностями деловой коммуникации являются официальный характер общения, регламентация деятельности, наличие правовых рамок для взаимодействия, целенаправленность, работа на результат [44, с. 28].

Существуют различные формы деловой коммуникации. Деловая коммуникация осуществляется в деловой беседе или переписке, в публичном выступлении или на переговорах в форме пресс-конференций, презентаций, деловой переписки. Для осуществления успешной деловой коммуникации важно уметь выразить мысли, а также убедительно и доступно аргументировать их во время переговоров, презентаций, деловой переписки.

Существует ряд определенных факторов, которые могут влиять на процесс деловой коммуникации. К данным факторам относятся: статус участников деловой коммуникации (зачастую участник может являться представителем определенной организации, крупной компании, страны, нации); история деловых отношений (в отношениях может проявляться характер сотрудничества, соперничества, зависимости); личная характеристика участников (подразумевается образование, внешний вид, особенности речи участников деловой коммуникации); формат процесса взаимодействия (уровень официальности) [44, с.8].

Эти факторы составляют специфику делового дискурса. Деловой дискурс как многоаспектное образование является сложным и рассматривается в современных исследованиях с различных позиций. Определение Барджелы-Кьяппини Ф. и Никерсона К. носит наиболее обобщенный характер: по их мнению, деловой дискурс - это устное или письменное общение между людьми, которые непосредственно заинтересованы в деловом взаимодействии с целью дальнейшего продвижения своих интересов (или интересов своей организации), в то время как коммуникаторы являются владельцами определенных статусно-ролевых отношений [52].

По словам С. Шилова, феномен делового дискурса следует изучать как один из видового официального взаимодействия, имеющее свою специфику как в содержании и целях общения, так и в определенном характере отношений между участниками общения. По мнению Стеблецовой, деловой дискурс - это универсальный тип институционального дискурса, который обеспечивает необходимый уровень коммуникативного взаимодействия в любой сфере профессиональной деятельности [42, с.73].

В исследованиях Т. Ширяевой под деловым дискурсом подразумевается «целенаправленная статусно-ролевая речемыслительная деятельность людей, общей характерной чертой которых являются деловые отношения, нацеленные на получение прибыли и базирующиеся на нормах и правилах общения, принятых в деловом сообществе» [50].

Существуют различные точки зрения к вопросу о классификации типов дискурса. Специалисты выделяют два основным критерия, которые учитываются при дифференциации дискурса – формальный и содержательный. К формальному относятся деловой и письменный дискурсы, включающий в себя деловую корреспонденцию. Содержательный дискурс учитывает тематику и предмет речи.

Наиболее известной признается классификация типов дискурса В.И. Карасика. Согласно исследованиям специалиста, деловой дискурс относится к институциональному типу, так как он приближен к профессиональному виду деятельности. Институциональный тип дискурса диктует стиль общения в рамках статусно-ролевых отношений, которые требуют соблюдение определенных правил общения (начальник - подчиненный, руководитель - коллектив сотрудников, сотрудник-сотрудник, учитель – ученик, продавец – покупатель и т.д.) [27, с.163].

В соответствии с типом интенции деловую корреспонденцию можно отнести к регулятивной, так как она нацелена на определение возможных путей, форм и правил деятельности в той или иной сфере. Деловой дискурс в данном типе корреспонденции имеет объектный характер, так как он не

связан с субъектом. Напротив, он является ситуативным и напрямую зависит от конкретной ситуации. В роли субъекта при написании деловой корреспонденции чаще всего выступает коллективное лицо «мы» в качестве фирмы, организации - юридического лица [31, с. 57].

В понятие контекста делового дискурса входят личность автора, личность адресата, цель (интенции), поле, режим, условия, а также культурные нормы, помогающие построить дискурс. Различные организации, компании, деловые партнеры, клиенты выступают в качестве субъектов деловой коммуникации. А.О. Стеблецова утверждает, что партнер в деловом общении всегда значим для субъекта. Адресант в деловом дискурсе характеризуется как личность, выполняющая в коммуникации одну из своих социальных функций. Адресат является пассивным участником общения, который должен обладать достаточным объемом специальных знаний в области проведения коммуникации. Следовательно, адресат предъявляет определенные требования к деловому дискурсу, среди которых выделяют ясность, связность, логичность построения, понятность и отсутствие многозначности [41, с. 660].

Текст делового письма является многоаспектным. Следовательно, в нем может присутствовать несколько типов интенций, которыми руководствуется автор при участии в деловой переписке. Интенцией может являться передача важной информации адресату, а также поддержание или прекращение деловых отношений с партнером по бизнесу.

Выделяются различные по коммуникативной составляющей интенции. Среди них ученые выделяют следующие виды интенций: 1) по актуализации данных о деятельности адресата – в деловой переписке фигурируют основные показатели работы адресата, которые могут стать причиной для продолжения развития деловых отношений или их прекращения; 2) анализ – целью ведения переписки является детальный разбор деятельности делового партнера; 3) внимание – автор документа заостряет внимание на конкретном виде деятельности потенциального партнера. Если адресат заинтересован в

конкретном объекте, который предлагает участник коммуникации, то данная интенция будет рассматриваться, как предложение; 4) возврат – учитывается связь нынешнего положения дел с предыдущим, проводится сравнительный анализ исходного и прошлого положения дел; 5) возможности – адресант ставит целью убедить адресата в том, что благодаря их сотрудничеству у партнера появятся новые перспективы и возможности; 6) доказательство – для убеждения в эффективности сотрудничества зачастую приводятся различные фактические данные. Также примеры доказательств могут указать на недостатки в деятельности адресата/адресанта; 7) изменение – сознательное изменение курса работы в результате самостоятельного анализа или под воздействием адресанта и т.д. [29, с. 150].

А.М. Кузнецов определяет термин «поле» как «совокупность языковых (лексических) единиц, которые объединены общностью содержания и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений». Специалисты выделяют 4 типа фразеосемантических полей: 1) объединенное понятием «бизнес и управление»; 2) включающее тематику «покупка и продажа»; 3) затрагивающее понятие «экономические и производственные отношения»; 4) понятие «денежное отношение» [24, с. 230].

Существует определенный этикет составления деловой корреспонденции, которому уделяется особое внимание во всех странах. Деловой этикет представляет собой обязательное соблюдение правил культуры поведения, предполагающей уважение к личности. Официальные документы пишутся на бланках фирмы, на которых размещен логотип, адрес предприятия и телефоны организации.

В деловой корреспонденции не допускаются опечатки, применение различных друг от друга шрифтов. Если документ отправлен в электронном виде, следует незамедлительно уведомить адресата о получении письма. Документ пишется исключительно на белой бумаге, на лицевой стороне листа. Рекомендуются избегать переноса слов. Деловая корреспонденция

зарубежному партнеру должна быть составлена на языке адресата. Бестактность в словах и выражениях создают неблагоприятное впечатление об авторе [14].

В письменной деловой речи недопустимо использование грубости, сарказма, оскорблений. Следует помнить, что обращение в деловом документе выполняет две функции: привлекает внимание адресата и устанавливает контакт с ним. Вежливая форма обращения учитывает положение адресата, его личные заслуги и сферу профессиональной деятельности. Важным фактором является выражение несогласия или отказа при участии в деловой переписке. Корреспонденцию, выражающую отказ следует составлять таким образом, чтобы у адресата не возникло чувства обиды, а наоборот, внушило уверенность в продолжении партнерских отношений, если адресант имеет данное намерение [21, с. 118].

Функциональный характер делового дискурса заключается в понимании, как используется язык. Любое высказывание, текст всегда связаны с контекстом, в котором они применяются. Деловой дискурс может быть создан только с помощью средств языка. Следует анализировать, какие функции присущи языку в тексте. Немецкий психолог и лингвист Карл Бюлер утверждал, что язык - это одновременно «описание» (способное репрезентировать информацию), «выражение» (которое символизирует эмоциональные и эстетические переживания) и «обращение» (служит для побуждения к действию или вызывания определенной реакции) [6].

А.О. Стеблецова выделяет следующие типы делового дискурса: дискурс трудоустройства, дискурс оперативного взаимодействия и кадровый дискурс. Данные типы дискурса объединяет универсальность делового высказывания, однако они имеют собственные специфические способы организации структуры, особые дискурсивные события и участников. Типологическими чертами данных дискурсов, которые обуславливают их принадлежность к деловому, являются: 1) целенаправленный прагматический характер коммуникативной деятельности; 2) вербальные действия дискурса,

3) объединение участников – коммуникантов в дискурсивное сообщество, внутри которого у них есть определенные дискурсивные роли, модели и нормы поведения. Репрезентативной структурной единицей дискурса является дискурсивное событие. Оно является отдельным фрагментом дискурса, объединенным общей темой, жанром, участниками и типом текста. Каждое дискурсивное событие имеет устную и письменную составляющие. Письменная часть представлена деловыми текстами [41, с. 660].

Признаками дискурса оперативного взаимодействия (рабочего дискурса) являются: обсуждение текущих вопросов; решение профессиональных проблем; информирование и побуждение к действию; каждодневная рутинная коммуникация. Цель рабочего дискурса – организация и координация действий сотрудников для решения проблем. Кадровый дискурс определяется как коммуникативное воздействие внутри организации между работодателем и работником по вопросам должностного положения и карьерного роста. Основной целью кадрового дискурса является регламентация, оценка и изменение иерархического, должностного или имиджевого статуса сотрудника. Данный тип дискурса реализуется в специфических дискурсивных событиях и манифестирующих их типах текстов: это могут быть выборы и избрание по конкурсу, назначение, увольнение, перевод на другую должность.

Рассмотренные типы дискурса имеют общие дискурсивные события. Так, кадровые дискурсивные события (приказ о назначении, увольнении) являются одновременно событиями дискурса трудоустройства. Дискурсивные события оперативного взаимодействия, такие как объявления о предстоящих событиях (вакансиях) смежные области с кадровым дискурсом и дискурсом трудоустройства [42, с.116].

Таким образом, для участника деловой коммуникации необходимо знание международных нормам поведения, ведения документации и деловых переписок, а также этических правил личного общения. Деловая коммуникация напрямую связана с понятием делового дискурса, учет

которого необходим при построении деловых отношений с коллегами и партнерами по бизнесу или иным вопросам.

1.2 Основные жанры деловой коммуникации

Параллельное функционирование жанров и норм деловой коммуникации определяет успешность процесса коммуникации. Жанры деловой коммуникации весьма различны. К устным жанрам деловой коммуникации относят деловую беседу, деловые переговоры, совещания, интервью, презентации, телефонный разговор и другие. Переговоры представляют собой речевое взаимодействие двух или более коммуникантов, в процессе которого устанавливается особая система отношений, подчиняющаяся законам этики [4, с. 35].

Деловое совещание представляет собой инструмент демократического управления. Совещание создаётся с целью привести группу людей к согласованному решению по конкретным вопросам. По характеру обсуждаемых вопросов совещания подразделяются на оперативные, инструктивные и проблемные. На данных обсуждениях вырабатываются стратегии и тактики дальнейшего развития фирмы, контроль качества работы, мотивация труда и т.д.

Под презентацией подразумевается демонстрация материала и ознакомление с информацией, которая представляет интерес для определенного числа реципиентов. Основная функция презентации заключается в передаче определенной информации партнерам по деловому контакту с учетом конкретных обстоятельств ситуации [47, с. 71].

Результатом вышеупомянутого делового дискурса является регламентированный текст, актуализирующий не только языковые факторы (правила сочетаемости слов, последовательность высказываний и т.д.), но и

экстралингвистические, такие как познавательные, этнографические, психологические факторы [49, с. 118].

В зависимости от преобладания той или иной функции в тексте, различают три основных типа текста: по описательной функции языка – тексты, ориентированные на содержание (основная задача данных текстов заключается в передаче информации); по выразительной функции – тексты, ориентированные на форму (доминирующий компонент – форма языковой репрезентации); по функции обращения – тексты, ориентированные на коммуникацию (главная задача текстов – построение результативного диалога) [37, с. 210].

Т. Ширяева отмечает, что типы текстов, представленные в деловом дискурсе, больше отнесены к текстам, ориентированным на содержание. В данном виде текстовой информации главная роль отводится предмету сообщения, а не способу изложения. Знание предмета превалирует над знанием языка. Тексты третьего типа создаются с целью достоверной и обширной информации об определенном предмете [50].

Отличительной особенностью текстов в деловом дискурсе является их динамичность и современность. Они воспринимаются участниками коммуникации в процессе происходящих деловых событий. При анализе текстов делового дискурса ученые выявили следующие решающие характеристики: 1) предметная правильность – это установление субъектно-субъектных отношений для продуктивного делового сотрудничества, решения проблем и реализации деловых контактов; 2) достоверность информации – информация должна быть правильно воспринята слушателями/читателями.

В текстах делового дискурса достоверность деловой информации достигается с помощью указания времени совершения событий; приведением точных цифровых данных, полученных из различных источников; своевременным обнаружением дезинформации и др.; 3) современность языка – несмотря на разнородность лексического поля профессионального общения

бизнесменов, отличительной особенностью в деловой коммуникации является актуализация определенных групп стилистически маркированной и ограниченной в употреблении лексики [29, с.151].

Самая распространённая форма деловой коммуникации представлена в письменном общении между сотрудниками и начальниками фирм и предприятий. К письменной форме обращаются в тех случаях, когда адресат территориально отдален. Письменная деловая коммуникация является эффективным инструментом организации и поддержания деловых контактов. Главным текстовым продуктом деловой коммуникации является документ – письменный деловой текст, имеющий юридическую значимость. Документ – это средство закрепления различными способами на специальных материалах информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека [45, с. 51].

В.П. Егоров выделяет общие и специальные функции документа. К общим функциям документа относятся: 1) информационная функция, так как документ создается для сохранения и передачи информации; 2) социальная функция – документ является социально-значимым объектом и обусловлен социальной потребностью; 3) коммуникативная функция – документ реализует процесс общения между элементами общественной структуры; 4) культурная функция. К специальным функциям документа относятся: 1) управленческая функция – документ является средством управления; 2) правовая функция – документ – это средство закрепления и изменения правовых норм в обществе; 3) функция исторического источника.

Рассмотренные функции имеют интернациональный характер и носят общие для разных языковых культур требования к документу. Юридическая сила документа определяется набором необходимых реквизитов. К ним относятся: наименование автора, адресата, подпись, дата, номер документа, печать и т.д. Совокупность реквизитов и схема их расположения составляют формуляр документа. Формуляр регламентирован стандартами, принятыми в той или иной стране [14].

Документная или документальная коммуникация – термины, обозначающие процессы коммуникации с использованием письменной формы речи, письменных текстов, имеющих статус документа, официальной бумаги. В официально-деловом стиле документ становится одним из основных объектов исследования. Помимо содержания, важными составляющими являются форма, диапазоны измеримости и классифицирующие признаки документа. Исследователи выделяют три вида проблем делового документа: 1) юридические (права документов на новых носителях, право копии документа, хранение документа и степень его секретности); 2) экономические (ценность документа как товара, экономическая правомочность и т.д.); 3) технические (хранение и обработка, связь с глобальными и региональными информационными сетями) [25, с. 89].

Документный текст обладает рядом свойств и признаков. Среди них выделяют: 1) стабильность композиционных структур, так как для документного текста характерна устойчивая структура композиции; 2) наличие устойчивых типологических синтаксических характеристик, таких как: использование отглагольных существительных, частое использование инфинитивных предложений; 3) терминированность – использование терминов повышает степень достоверности и точности в документе; 4) клише и речевые формулы [32, с. 47].

С.П. Кушнерук отмечает, что изначально документная лингвистика формировалась как учебная дисциплина, которая впоследствии переросла в исследовательское направление. Вне зависимости от специальности, документная компетентность является необходимым элементом успешного выполнения профессиональных задач [25].

Со временем все больше увеличивается круг обстоятельств, требующих документирования, а также возрастает физический объём документов и их видовое разнообразие. Создание документного текста предполагает принятие во внимание двух одновременно действующих систем правил: лингвистических и унифицирующих. Для документной лингвистики

актуальна разработка лингвистических стандартизирующих и унифицирующих инструментов. Наличие коммуникативных оснований и изменения медийных условий создают условия, при которых формализация документных средств становится необходимой. К уровням регулирования документных текстов относятся стандартизация и унификация. Стандартизация позволяет регулировать отдельные стороны документной деятельности и знаковый состав документного текста. Унификация отражается в текстовых образцах, инструкциях, словарях. Данные виды регулирования различаются степенью внутренней определенности, жесткостью регламентирования, способом оформления требований, сутью правовых последствий их реализации [27, с. 162].

Ученые разделяются во мнении при классификации жанров документных текстов. Классификация документов не имеет единого согласования. Сложность в определении жанра связаны с различным пониманием данного термина в литературоведении и лингвистике. С.П. Кушнерюк предлагает несколько вариантов классификации жанрового разнообразия данных типов текста. Выделяются укрупненные жанровые совокупности, к которым относятся государственные, административно-управленческие, финансово-экономические, рекламные документации, а также общеорганизационная документация, деловая переписка и личная документация.

Данная классификация отражает тенденции в связях формы и функции документов. Документы могут классифицироваться по способу фиксации информации, по содержанию, по наименованию, по степени сложности и особенностям организации текста, по методу составления и каналам передачи, по срокам исполнения, по происхождению, по степени гласности, по юридической силе, по назначению, по срокам хранения, по сфере деятельности [25, с. 88].

Деловая документация на предприятиях различного уровня обширна. В число деловой документации входят учредительные документы предприятия,

такие как: положение о совете директоров предприятия, положение об общем собрании акционеров предприятия, положение о генеральном директоре предприятия и т.д. Обязательным видом документации являются приказы и распоряжения (о приеме сотрудника на работу, о предоставлении отпуска работнику, о направлении работника в командировку и другие). К числу деловой документации относятся протоколы, фиксирующие ход проведения мероприятий совещательной, переговорной и иной деятельности. Такие виды деловых документов, как доверенности, справки, выписки из документов также играют значительную роль в функционировании фирмы [38, с. 94].

Для детального анализа в данной работе мы рассматриваем такие виды деловой документации, как контракт и деловое письмо. В деловом дискурсе эти документы тесно связаны. Деловая переписка предшествует заключению контракта и сопровождает его выполнение. Бизнес контракт представляет собой соглашение между двух или более сторон по производству и продаже товаров и услуг. Основной целью предпринимателей при составлении контракта является получение прибыли и удовлетворение потребностей общества. Наиболее распространенными типами бизнес контрактов являются маркетинг-ориентированные, социально-ориентированные и финансово ориентированные контракты.

Маркетинг-ориентированные контракты относятся к области маркетинга, которая трактуется как предпринимательская деятельность, продвигающая товары и услуги от производителя к потребителю. Область маркетинга также относится к производственно-сбытовой деятельности предприятия. Данная область ориентирована на запросы потребителя и обеспечивает фирме стабильную прибыль [56, с. 30].

Социально-ориентированные контракты функционируют в области социальной сферы. В текстах данного типа контрактов отражены основные составляющие, характеризующие данную область: социальные услуги, социальное благо, социальная ответственность. Финансово-ориентированные контракты находят применение в области финансов. Финансово-

ориентированные контракты направлены на урегулирование финансовых отношений между предприятиями и покупателями. В них обсуждаются денежные вопросы, касающиеся перспективы последующих инвестиций, а также рассматриваются финансовые отношения, в процессе которых образуются различные денежные фонды [24, с. 39].

Исследователи выделяют основные виды контрактов, такие как: договор купли-продажи, договор аренды, трудовой договор, договор займа. Договор купли-продажи является одним из самых распространённых видов договор. В юридической форме в нем оговариваются сферы товарного обращения и перемещение материальных ценностей между лицами, заключившими договор [2, с. 120].

Заключая договор купли-продажи, покупатель получает право собственности на купленное им имущество в соответствии с условиями подписанного соглашения. Предметом договора может быть движимое или недвижимое имущество, которое находится в собственности продавца. Продавец несет ответственность за передачу товара покупателю вместе с необходимыми принадлежностями для товара, а также документами (технический паспорт, сертификат качества, инструкцию по эксплуатации и т.д.). Предметом договора являются товары, которые не изъяты из гражданского оборота и предназначены для личного, домашнего или иного использования. Существуют товары, для продажи которых необходимо наличие лицензии [11, с. 204].

Договор аренды предоставляет арендатор право на временное владение и пользование имуществом. Выделяют аренду движимого и недвижимого имущества. Аренда предоставляется на определенный срок за периодическую арендную плату [28, с. 263].

Особый интерес исследователей вызывают положения трудового договора. Н.И. Дивеева утверждает, что трудовой договор «направлен на возникновение, изменение или прекращение прав и обязанностей в сфере

социально-трудовых правоотношений». Предоставляемые услуги работника регулируются приказами и распоряжениями работодателя [5, с. 90].

При договоре займа займодавец передает в собственность заёмщику деньги или иные вещи. Обязательным условием контракта является возврат заёмщиком оговоренной суммы денег или иных предметов. Также существуют безвозмездный договор займа. В случае, если договором займа не предусмотрена возмездность или безвозмездность соглашения, то заёмщик обязуется вернуть определенную сумму денег (с процентами или без начисления процентов) или предмет [17, с. 111].

Самым востребованным видом деловой документации являются официальные письма. Ученые выделяют около 30 видов деловых писем [36]. Для их классификации существует ряд оценочных критериев: 1) по степени доступности (обычные и конфиденциальные); 2) по срокам исполнения (общепринятые сроки и требующие оперативного ответа); 3) по объему (короткие, средние, длинные); 4) по виду содержащейся в них информации (текстовые и комбинированные); 5) по стилю изложения (официальные, частные); 6) по комплектности (с приложениями, без приложений); 7) по композиции (простые, сложные); 8) по способу адресования (направляемые в один или несколько адресов); 9) по информационному поводу для подготовки (инициативные и ответные письма) [24, с. 2].

Авторы научных трудов разделяют официальные письма на: официально-деловые, частные деловые и письменные сообщения для ведения внутренней переписки. В данной работе дается описание основных видов деловых писем.

Письма-просьбы являются наиболее распространенной формой деловой переписки. Они необходимы для получения информации, необходимые организации-автору. Отправляя письмо-просьбу, составитель всегда ждет ответного сообщения.

Письма-запросы предназначены для запрашивания необходимой информации и предполагают обязательную реакцию адресатов в виде

письменного ответа по существу и в срок, установленный автором запроса или нормативно-правовым документом. В отличие от просьбы в письме запросе допустимо в тактичной форме указать сроки предоставления необходимой информации.

Письма-заявления предназначены для официального и оперативного информирования адресата о позиции автора делового письма по тому или иному запросу. Например, подтвердить свои намерения в отношении реализации ранее согласованных планов сотрудничества. Письмо-заявление может иметь несколько сценариев и представлять собой декларацию о намерениях, подтверждение, заявление [36].

Письма-заказы в частности представляют собой ответ на письма-предложения. Функциональным назначением подобных письменных сообщений является совершение письменного заказа, его документирование. Автору письма следует предоставить объяснение своих мотивов при заказе того или иного продукта. Как и в случае с письмом-запросом, является допустимым сообщить адресату свое пожелание относительно сроков исполнения заказа.

Письма-предложения (оферты) служат для составления официального предложения относительно поставки продукции. Отличительная особенность оферты – конкретность и точность в изложении условий коммерческой сделки. В коммерческой деятельности различают твердые и свободные письма-предложения. Свободные оферты посылаются широкому кругу покупателей с предложением товаров или услуг. В данном виде письма продавец не обязуется продать товар. Твердое предложение отправляют одному покупателю с указанием условий поставки. Обязательным элементом твердой оферты является указание на срок действия предложения [38, с 130].

Письма-рекламации (претензионные письма) - данные послания предназначены для выражения претензий в связи с неудовлетворительным исполнением адресатом деловых обязательств. Цель претензии - возместить убытки полученные вследствие нарушений условия договора. Претензии

могут предъявляться в отношении: качества товара, количества товара, сроков поставки, упаковки и маркировки товара, нарушения срока платежа и других условий контракта [24, с. 43].

Информационное письмо является результатом развития переписки. Цель данного письма в большем объеме проинформировать адресата о том, что составитель нацелен развивать деловые и служебные контакты. Также могут приводиться отдельные положения законодательных и иных нормативных правовых документов или содержаться рекомендации и предложения по их применению.

Рекомендательные письма являются формой ходатайства автора перед адресатом в пользу третьего лица, которое не принимает участия в переписке. Данный вид письменного сообщения может быть оформлен в развернутой или краткой форме. Как правило, развернутые рекомендательные письма составляют в том случае, если автор хорошо знает человека, упоминаемого в письме [13, с. 200].

Краткие письменные сообщения пишутся для срочного информирования адресата по конкретной теме. Подобные письма направляются в виде уведомления, напоминания или предупреждения. Для первичного осведомления адресат получает уведомление, в котором содержится объяснение мотивов автора и отражает предложения в конкретной и ясной форме. Отличительными особенностями напоминания являются: а) ссылка на высланное ранее уведомление; б) более краткая форма изложения сути предложений; в) информирование о санкциях в случае отсутствия ответной реакции со стороны адресата. Если адресат не реагирует на напоминание, ему высылается предупреждение [20, с. 124].

Сопроводительные письма содержат информацию об отправке различных документов, которые не могут быть оформлены в виде письма вследствие содержания объема или формы представления информации.

В классификацию деловых писем входят: письма-поздравления, письма-соглашения, письма-извинения, письма, для выражения сожаления,

сочувствия и соболезнования, письма по случаю представления, письма для поддержания контактов и взаимоотношений, благодарственные и рекомендательные письма, письма для обращения в различные инстанции по мотивам личного характера, письма-резюме и т.д.

Жанры деловой коммуникации различны. Документная лингвистика отражает основные особенности содержания текстов деловой коммуникации и учитывает основные правила составления документного текста. Наиболее популярными видами документа являются деловые письма и контракты.

Выводы по первой главе

Таким образом, деловая коммуникация представляет собой процесс взаимодействия деловых партнеров, целью которых является организация того или иного вида предметной деятельности, а также решение задач, необходимых для успешной работы предприятия. Деловая коммуникация может осуществляться с помощью деловой беседы, деловой переписки, а также в процессе публичного выступления или участия в деловых переговорах. Обязательным элементом для каждого участника процесса коммуникации является учет делового дискурса.

Существуют различные жанры документной лингвистики. Особый интерес вызывает деловая документация. Более детально рассматриваются деловые письма и контракты. Деловое письмо понимается в документной лингвистике как вид деловой переписки, направленный на решение задач по широкому кругу вопросов и оперативного обмена информации между структурными подразделениями предприятий. Контракт представляет собой юридическую форму реализации торгово-экономических отношений между субъектами государств. Контракт определяет обязательства сторон друг перед другом.

Трактовки понятия делового дискурса различны. Ученые также предлагают несколько вариантов характеристики типологии делового дискурса. Несмотря на большое количество работ, посвященной проблематике деловой коммуникации, делового дискурса и деловой речи, эту научную тему нельзя считать до конца исчерпанной. В частности, такие типы деловых текстов, как письма и контракты, требуют дальнейшего изучения и систематизации жанрообразующих признаков.

Глава 2 Сопоставительный анализ деловых писем и контрактов на английском и русском языках

2.1 Сравнение особенностей русскоязычных и англоязычных писем

Деловое письмо является одним из важнейших средств общения в компаниях частного и государственного масштаба, в бизнесе, на предприятиях различного уровня. На протяжении многих лет письменное общение помогает человеку осуществлять предпринимательскую и коммерческую деятельность. Под деловым письмом подразумевается регламентируемая форма взаимодействия между частными лицами или частным лицом и государством, которая призвана служить средством фиксации деловой, служебной, управленческой информации. В служебном письме автор обращается к должностному лицу, предприятию, организации в соответствии с правилами деловой переписки.

Отличительной особенностью деловых писем является соблюдение четкой структуры и композиции. Во многих видах деловых писем структура имеет ряд общих черт, различием выступают темы деловых писем и их направленность. Для понимания основных особенностей структуры и композиции делового письма были рассмотрены различные виды деловых писем.

Когда покупатель интересуется ценой и условиями получения товара, он отправляет письмо-запрос фирмам и организациям, производящим данный товар. Автор запроса четко излагает в письме, какую информацию о товаре он хочет получить. Зачастую покупатель просит продавца прислать иллюстрированный каталог, прайс-листы или другие публикации. Покупателю следует как можно подробно описать интересующий товар при запросе коммерческого предложения. Первое письмо-запрос поставщику должно включать: 1) краткое упоминание о том, откуда была получена

информация о поставщике (посольство, консульство, торговая палата). Возможно, рассматриваемый товар был замечен на выставке или торговой ярмарке, или заказчик узнал про него по рекомендации делового партнера, или на основе рекламы в ежедневной прессе; 2) некоторые указания на спрос товара в регионе, где проживает покупатель; 3) детальная информация о товаре, который хотел бы получить поставщик. Обычно запрашивают сведения о прайс-листе, сроках оплаты, способе доставки; 4) заключительное предложение для завершения письма-запроса.

По структуре пример указанного ниже письма-запроса делится на две части: информационную и служебную. Информационная часть включает в себя текст, запрашивающий информацию о товаре. В служебную часть входят: обращение к адресату: «Dear Sir or Madam»; заключительная формула вежливости: «Yours faithfully». Приветствие, лид-абзац, подпись отправителя и постскриптом отсутствуют.

Таблица 1 - Структура письма-запроса на английском языке

Messrs. Fallady and Co.,	Адрес
Moscow	
October 19 th, 20 ...	Дата
Dear Sir or Madam,	Обращение
Please send us your current catalogue and price list for bicycles. We are interested in models for both men and women, and also for children.	Запрос на каталог и детали продукции
We are the leading bicycle dealers in this city where cycling is popular and have branches in five neighboring towns. If the quality of your products is satisfactory and the prices are reasonable, we expect to place regular orders for fairly large numbers.	Информация о фирме, запрашивающей товар
In the circumstances please indicate whether you will allow us a special discount. This	Детализация условий оплаты

would enable us to maintain the low selling prices, which have been an important reason for the growth of our business. In return we would be prepared to place orders for a guaranteed annual minimum number of bicycles, the figure to be mutually agreed.	
If you wish to discuss this, please contact me.	Заключительное предложение для завершения письма-запроса.
Yours faithfully,	Заключительная фраза

Структура русского делового письма схожа с английской. Как правило, текст делового письма на русском языке включает: обращение, вводную часть, основную (информационную) часть и заключение.

В указанном английском письме автор обратил внимание на спрос товара в регионе: We are the leading bicycle dealers in this city where cycling is popular and have branches in five neighboring towns. Был сформулирован запрос на информацию: We are interested in models for both men and women, and also for children. Присутствует заключительное предложение письма-запроса :Yours faithfully. В анализируемом письме-запросе были соблюдены три из четырех пунктов. Составитель письма не указал, с помощью каких источников была получена информация о поставщике.

Рассматриваемое письмо является одноаспектным, так как оно не делится на разделы, подразделы, пункты и подпункты. Информация в тексте однородна и логически связана.

При анализе рассмотренных деловых писем на английском и русском языках прослеживались общие черты в содержании и структуре: деление на информационную и служебную часть, последовательность информации: адрес, дата, обращение, основная часть письма, заключительная фраза.

Основное различие деловых писем наблюдается в основной части, так как каждое письмо обладает собственной интенцией.

Деловые письма составлены по модели «AIDA» - Awareness (осведомленность), Interest (интерес), Desire (желание), Action(действие).

Осведомленности помогают добиться точные даты, цифры в деловом письме: количество товара, указанные сроки выполнения и доставки.

Интерес достигается повествованием о положительных чертах товара, выгодных предложениях для покупателя: 1) английские примеры: we guarantee all our products for two years; when you have had the opportunity to see the samples for yourself, we feel sure you will agree that they are of the highest quality; we can assure you that the Alpha 2000 is one of the most outstanding machines on the market, and our confidence in it is supported by our five-year guarantee; 2) русские примеры: компания является эксклюзивным представителем; мы предлагаем широкий выбор товаров; в производстве используются новейшие и самые безопасные материалы; наша продукция сертифицирована в соответствии с международными стандартами качества и т.д.

Следует отметить, что получатели письма также заинтересованы в различных акциях, скидках и услугах, которые готов предоставить отправитель письма (организация, фирма): we are offering a special 10% discount off all net prices, with delivery within three weeks from receipt of order; For enterprises with sales of more than \$1 billion, a best-in-class IT Asset Management program could yield \$7 million savings annually, based on an IT budget of \$50 to \$60 million; 2) исходя из бюджета заказчика, могут быть составлены бюджетные предложения; цены от производителя позволят обеспечить ваше предприятие необходимыми видами продукции и т.д.

Письмо должно вызывать желание у клиента приобрести описываемый товар. Составителю письма рекомендуется предоставить исследования продукта, время работы компании, силу бренда, гарантию, отзывы от текущих клиентов: 1) it has an annual turnover of £400,000 and has been trading since October 1993; you can be sure that our organization would offer you first-class representation and excellent sales, and guarantee the success of your products

in this country; we can assure you that they have an excellent reputation in dealing with their suppliers, and though we have not given them the credit terms they have asked you for; 2) высококвалифицированные супервайзеры с многолетним опытом работы предоставят наилучшее качество обслуживания; за время работы нам удалось в полной мере отработать взаимодействие с многими службами аэропортов, освоен процесс контроля наземного оборудования, налажены связи и контакты на местах; многолетний опыт сотрудничества со строительными компаниями позволяет нам обеспечивать любые потребности заказчиков и т.д.

После того, как удалось убедить покупателя приобрести товар, рекомендуется побудить клиента к действию: заказать понравившийся продукт. Для более оперативного выполнения действия зачастую указывают сроки действия акции, специального предложения: In any event, get your order in, as these prices are only in effect until 30 November 2000, а также заранее благодарят за совершенный заказ: thank you in advance for your order.

Для выявления лингвостилистических особенностей деловых писем было рассмотрено 50 различных примеров деловой переписки общим объемом 43 200 знаков.

Ряд деловых писем являются безличными, так как в них не указывается ни имя получателя, ни отправитель.

Обязательным элементом каждого делового письма является наличие деловой лексики и межстилевых фразеологизмов. Необходимым составляющим деловой переписки являются следующие фразы и выражения: have branches; dealers; selling prices; to place orders; importers and distributors; the purchase of goods; to maintain relationships; to organize retreat; marketing campaign; group insurance plan; competitive rates; tax effective; claiming benefits; reduce turnover costs; joint-stock company; customer needs; submission requirements; long-term contract; valid prices; enclosed proposal; invoice lists; joint ventures; extraction of trial balance; productive alliance; trade connections; details of trade discounts; terms of payment; producing for export; high-quality

goods; annual requirements; competitive prices; satisfactory delivery dates; to meet the demand; methods of production etc.

Примеры деловой лексики в русскоязычных письмах: размер ставки; срок выплаты; финансовое состояние; сумма кредита, процента, комиссии; условия договора; действующее законодательство; расчетный счет; срок действия договора; занимать должность; сфера применения; иметь значение; задержка поставки; рассмотрение условия сотрудничества; возлагается контроль; заключается сделка; предъявляется рекламация; выставляется счет; производится платеж; достигается договоренность; конструктивное предложение, высокая/низкая рентабельность; значительные/незначительные скидки; устанавливается цена; предусматриваются скидки и т.д.

В каждой деловой переписке встречаются термины, относящиеся к теме делового письма. В рассмотренных письмах встречались следующие термины: savings account, part shipment, shipping mark, invoice, merchant bank, multimodal, negotiable document, net price, prospectus, quantity discount, resource factoring, trade price, trade journal, trial order, promissory note, handling charge, dispatch note, declaration form, curriculum vitae, assessor, account render, bad debt, bill of exchange, bulk buyer, certificate of origin, chamber of commerce, enquiries, competitive prices, delivery dates, business integrity, clearing agent, deposit account, guarantee, gross price, forwarding agent, traveller's cheque, unvalued policy, turnover, trustee, voyage charter, standby letter of credit, revocable letter of credit, online banking, limited liability, document against payment, documents against acceptance, current account, days after sight, container freight station, pro-forma invoice, freight charges, waterway, ship-load, dimensions, overland etc.

Термины в деловых письмах на русском языке: входящий документ, исходящий документ, реквизиты, физическое лицо, юридическое лицо, переводной вексель, таможенная декларация, дивиденд, чрезвычайные тарифы, аккредитив, метрическая тонна, тара, налог на добавленную стоимость, издержки, почтовый сбор, консульский счет, приложение,

франко-баржа, авианакладная, коносамент, документы против акцепта, экспедиторское свидетельство, акт, ведомость, виза, маркировка, индексация, распорядительные документы, протокол, гриф, реквизиты, состав удостоверения и т.д.

Клишированные фразы помогают грамотно написать деловое письмо, а также в более краткой и четкой форме донести до адресата основную мысль письма. В процессе анализа деловых писем были выявлены следующие примеры клишированных выражений: we are interested in; if you wish to discuss this; please contact me; we are obliged for your name and address to; may we bring to your notice; we assure you of, we would like to discuss; please confirm the receipt; there is a steady demand; I am currently looking for; we collaborate with; to provide access to; playing a growing role; in alliance with; to provide you with; we would like to connect with you; to know about; aware of; feel free to call or email; the company specializes in; the company takes the 1st place in; to maintain a good relationship with; I'm writing to inform you that; with reference to your letter; thank you for contacting us; in reply to your request; we regret to inform you that; we are pleased to inform you that; I am writing to enquire about; we should be obliged if you could; please inform us about; we would like you to send us; we will appreciate your informing us of your decision concerning; I wonder if you could give me some information; I am writing to ask whether you might be interested in buying; we would be pleased to hear from you concerning; getting in touch with us; we would be grateful if you; good deal of interest; we have been given your name; give the products a trial etc.

Большое количество клишированных фраз было обнаружено в русских деловых письмах. Наиболее частотными являются: просим предоставить информацию; требуются следующие данные; к запросу прилагается; номер расчетного счета; просим подтвердить информацию; мы заинтересованы в приобретении материалов; формирование стабильного спроса на продукцию; импортером и поставщиком является; продукция учитывает современные потребности рынка; предприятие заинтересовано в регулярных поставках;

компания предлагает специальные условия; если вас заинтересовало предложение о..., будем рады пригласить вас...; хочу поблагодарить Вас за; компания настоящим письмом гарантирует; вынуждены сообщить Вам; на основании вышеизложенного; с момента получения претензии; обращаем Ваше внимание; вносите большой вклад в развитие и процветание компании; ставим Вас в известность; в связи с доставленными неудобствами; наша компания приносит извинения за; хочу поблагодарить Вас за теплый прием и т.д.

Зачастую в деловой переписке встречаются аббревиатуры. Экономические предприятия, названия должностей и отделов пишутся в сокращенной форме. В процессе рассмотрения деловых писем были выявлены следующие аббревиатуры: 1) относящиеся к сфере экономики, финансов и компаний: IATA (International Air Transport Association), IMO (International Money Order), VAT (Value Added Tax), SCP (Simplified Clearance Procedure), PLC (Public Limited Company), Ltd (Limited liability); 2) относящиеся к должностным лицам: CEO (Chief executive officer), CMO (Chief marketing officer), CFO (Chief Financial Officer), COO (Chief operating officer); 3) сокращения: p&p (postage and packing), tt (telegraphic transfer), L/C (letter of credit), LCL (less than full container), FCL (full container load) etc.

Аббревиатуры и сокращения в русской деловой переписке: 1) относящиеся к сфере экономики и финансов: ВР (валовые расходы), ГТД (грузовая таможенная декларация), ДС (денежные средства), ТТН (товарно-транспортная накладная), ТМЦ (товарно-материальные ценности); ППИ (платежное поручение исходящее) и т.д.; 2) названия предприятий: ОАО «МебельОпт», ООО «Стайл», ООО "Экспедиция", ООО "Транстрой", ОАО АКБ «Авангард», ООО «Реал», ЗАО «Инвест-профи и т.д.; 3) названия должностей в русском деловом общении пишутся без сокращений: генеральный директор, начальник/руководитель компании, начальник департамента, главный бухгалтер, начальник отдела кадров, председатель

правления, старший менеджер по работе с клиентами, региональный менеджер и т.д.

Аббревиатуры в названиях российских компаний отличаются от зарубежных. К сокращениям, обозначающим форму собственности, принято добавлять пояснение в скобках: ООО (limited liability company), ЗАО – ZAO (closed joint stock company), ОАО (open joint stock company), АО (joint-stock company). Аббревиатура ООО (общество с ограниченной ответственностью) также может быть эквивалентен английскому обозначению LLC (Limited Liability Company). Данный вариант перевода аббревиатуры встречается в деловой переписке с партнерами из США. В Великобритании предприятия с ограниченной ответственностью принято обозначать аббревиатурой Ltd (Limited Trade Development). Аббревиатура ОАО (открытое акционерное общество) может быть эквивалентна английским вариантам: OJSC (Open Joint Stock Company), PLC (Public Limited Company), open corporation.

Следует быть особо осторожными при написании аббревиатур организаций, так как участники несут юридическую ответственность. Существует разница между названиями российских и зарубежных организаций по организационно-правовому формату. Название компании будет изменяться в зависимости от страны, в сотрудничество с которой она вступает.

Деловые письма бывают личные и безличные. В личных деловых письмах содержатся имена собственные. Имена собственные помогают установить конкретного автора и (или) адресата письма. Как правило, имена собственные пишутся в обращении, перед информационной частью. Автор указывает своё имя, инициалы после заключительной фразы.

Примеры имен собственных в обращении: Dear Mr. Kent, Dear Mr. Frank, Dear Mr. Cliff, Dear Mr. Winston, Dear Ms. Marlow, Dear Mr. Grover, Dear Mr. Causio и т.д. Примеры имен собственных авторов писем (расположены в конце письма, после заключительной формулы вежливости): John Merton, Sales Manager; Malcolm Pierson, Director; Daniele Causio, Sales

Director; T. Grover (Mr) Director, Grover Menswear; H.F. Edgley (Mr); Pat Marlow (Ms) Director; S. Spade, Credit Investigations Ltd; Anne Roberts (Mrs) etc.

Имена собственные в русскоязычной деловой переписке: уважаемый Иван Петрович, с уважением, Борис Борисович, уважаемый Анатолий Петрович, уважаемый Андрей Павлович, А.В. Куйбышев, Н.В. Ульянова, А.Р. Леонтович, Т.Н. Комаровская, Е.С. Кузьмин, С.М. Дыков и др.

Имена собственные с указанием должностей: главный бухгалтер ООО «Персефона» Р.В. Клубниченко; начальник отдела кадров ООО «Инвест-профи» В.Л. Ковальчук; генеральный директор Л.И. Овчаренко; директор С.С. Соколовский; директор Беяева О.В.; региональный менеджер Комаровская Татьяна и т.д.

Ясность и конкретику в деловую переписку вносит числовая прецизионная информация. Числа, даты, денежные обозначения дополняют содержание делового письма, делая его более точным. Примерами прецизионной лексики рассмотренных писем служат: 1) денежные единицы: a cheque for £357.00 with a paying-in slip; pay our monthly rent of £1, 574.00 to our landlords; for £ 1, 574.00 to be transferred from our No. 2 account; I would need a loan for about £118,000 to buy additional equipment and raw materials. I can offer £8,000 in ordinary shares, and £3,000 in local government bonds as part security; 2) даты: thank you for your letter of 8 August; please note that as from t1 August 20- the two signatures that will appear on cheque; has been trading since October 1993; I am replying to your enquiry about the company mentioned in your letter of 3 May; 3) номера счетов в банке: Account No. 0556853 01352; please cancel cheque No. 1789216500, signatures that will appear on cheques for our Number 1 and 2 accounts; 4) номера заказов: thank you for your order, No. 81662; I have enclosed an order, No. B1662; concerning your order (No. VC 58391), which should have been supplied to you; the attached order, No. 90103; 5) количество товара: shipment of 300 T-shirts.

Числовая информация на русском языке: 1) даты: в соответствии с договором от 7 июня 2020 года №145; товарная накладная от 1 июня 2020 года - 2 экз; от 22 августа 2013 года ; от 15 сентября 2013 г; датой отгрузки изделий является 30.11.2020; 2)номера заказов/договора/заявок/счетов: на основании Договора исполнения работ № 35/2013; согласно заявки № 1509; Исх. № 190913-1; к/с 30101810000000000504; р/с № 40702810000080100058; БИК 044525202; ИНН 7412573246; КПП 74125100; ОГРН 1116511111121; договор № 2013-25-07 от 25.07.2013) количество товара: 50 наименований; 30 единиц; 120 наименований; 4) сроки выполнения заказа: в течение 3-5 рабочих дней; срок выполнения заказа - 45 рабочих дней; в срок до 30 декабря 2013 г; 5) адреса: по адресу: г. Москва, ул. Петрозаводская, 25; расположенный по адресу: г. Орел, ул. Мира, д. 5/2; 6) проценты предоплаты: выплата процентов из расчета 1 % от суммы; предоплата 70%; доплата в размере 30% осуществляется перед отгрузкой товара с нашего склада и т.д.

Письма делового характера отличаются осложненным синтаксисом. В деловой переписке присутствуют предложения в пассивном залоге: payment will be made in US dollars; will be transferred; the arrangement has been made; the cheque appears to have been lost; my account being overdrawn; the credit has been approved; the draft has been made out for payment, the bill was returned to us from our bank; the bill appears to have been dishonoured; their equipment have been packed in polystyrene boxes; a good price can be obtained; details of export are enclosed; the goods must be displayed in time; the order is placed; consignments were sent to you etc.

Примеры конструкций в пассивном залоге в русскоязычной деловой переписке: посылки должны быть доставлены, созывалось специальное совещание для работников компании, были высказаны основные причины, договор был подписан и скреплен печатью, встреча была проведена, строительные работы были завершены, партия до настоящего времени не оформлена; заказы будут приниматься по электронной почте; прайс-лист и образцы продукции были приложены и т.д. Такие грамматические формы как

в русском, так и в английском языке обеспечивают объективность, обезличенность, характерные для делового стиля в целом.

Характерным элементом деловой переписки являются перечисления: to cover the consignment, shipment (CIF Wellington), and bank charge; would you include the following documents with the draft: Bill of lading (three copies) Commercial invoice CIF Wellington (two copies) AR Insurance certificate; which includes your discount, commission, and charges; your draft should be presented with the following documents: Six copies of the bill of lading Five copies of the commercial invoice, CIF London Insurance certificate for £10,540 (A.R.) Certificate of origin Certificate of quality; the credit will cover the invoice, discounting, and any other bank charges; including radio and television spots, magazine ads, and direct mail campaigns; models for both men and women, and also for children; send us your catalogue, export details, terms of payment, samples и т.д.

Примеры перечислений деловых писем на русском языке: мы предлагаем: продукцию высочайшего качества; приемлемые цены; скидки и отсрочки; оперативную доставку; отличительной чертой работы компании является высокий профессионализм, организованность сотрудников компании и сильный командный дух; предлагает широкий выбор товаров: спальники, ортопедические подушки, матрасы, пледы, пуфы и многое другое; требуются следующие данные: наименование и адреса банков и других кредитных организаций; номера расчетных счетов; продукция отвечает следующим требованиям: безопасность (в производстве товаров используются экологически-чистые материалы), стиль (разнообразие форм и цветовых оттенков); надежность (контроль производства на всех стадиях), доступность (конкурентоспособные цены) и т.д.

В деловых письмах наблюдается наличие условных предложений, которые придают официальный тон делового общения, а также выдвигают условия или предлагают альтернативные варианты решения проблем и развития ситуаций. Примеры условных предложений: If the quality of your

products is satisfactory and the prices are reasonable, we expect to place regular orders for fairly large numbers; if these conditions are acceptable, then we would be pleased to take on an initial one-year contract to act as your sole agents; if you publish any books of this kind, please would you send us details; if you have any queries, please do not hesitate to contact me; our clients will look elsewhere if we cannot offer them dependable service; if there is any other service we can provide for you, please let us know; if all is in order, let us know how and when you wish to proceed; if you are able to supply the goods we require, please accept this as our order; if your products and terms are competitive, we will be interested in a long-term collaboration with you etc.

Условные предложения писем на русском языке: если у вас есть какая-либо информация о задержки поставки, пожалуйста, свяжитесь со мной по телефону; если необходимые позиции отсутствуют на складе фабрики, в течение 7 рабочих дней Вам будет предоставлена информация относительно даты их появления на складе; если отгрузка не будет обеспечена, мы будем вынуждены предъявить штрафные санкции; если у вас возникли вопросы, обращайтесь по телефону; если вы согласны, просим сообщить условия поставки и удобные для вас сроки; если 20% наших партнеров предоставит нам выгодные условия, нашей компании удастся избежать закрытия и т.д.

В случаях употребления повелительного наклонения, автор соблюдает вежливый тон общения в деловых письмах: please send us; please indicate; please contact me; please make the necessary corrections; please send information regarding the various media services; please notify us concerning conditions of a standing ad spot; please call me if you have any questions or require additional information; please fill in the despatch form and return it to us; please handle all the shipping formalities and insurance; please contact us immediately; please complete the attached export cargo shipping instructions; please fax us to confirm the charter and we will send you the charter party; please advise us if you can get a vessel and let us know the terms; please send your invoice to Jane Lewis in our Finance Department; please send the tickets for my attention and charge to our

account; will you please send us price-lists; please quote us for the supply; we would be grateful if you would kindly send us details; will you please indicate delivery times etc.

В русскоязычной деловой корреспонденции просьбы и пожелания также излагаются в вежливой форме: пожалуйста, примите меры по контролю качества вашей продукции; просим выслать подробный прайс-лист на продукцию и т.д.

Конструкции предложений в письмах объединяются смысловыми и формальными связками: this; in return; in the circumstances; though; as you propose; therefore; however; consequently; although; as you made (the arrangements); while; as noted previously; as stated; in view of the increased competition etc.

Формальные связки деловых писем на русском языке: в противном случае; в соответствии; как указано во вложениях; согласно пункту №; на основании вышеизложенного; руководствуясь нормами действующего законодательства; перед оформлением заказа просьба делать запрос; к сожалению; поэтому; по причине того, что; в связи и т.д.

Связность обеспечивается не только внутри текста делового письма, но и при ведении деловой переписки, что отражено в использовании клише, обеспечивающих отсылку к предыдущей корреспонденции и контрактам. Примеры: 1) англоязычных клише: we have received your letter of; we thank you for your letter of; 2) русскоязычных клише: ссылаясь на ваше письмо от; в соответствии с достигнутой ранее договоренностью; ссылаясь на ваш запрос от и т.д.

Отличительной особенностью английских деловых писем от русских является наличие архаизмов. В процессе анализа деловых писем были обнаружены следующие архаизмы: beg to inform; therewith; aforesaid; hereby.

Таким образом, проанализировав деловые письма на русском и английском языках, были выявлены черты сходства и различия. Их можно увидеть в таблице, приведенной ниже.

Таблица 2 - Черты сходства и различия англоязычной и русскоязычной корреспонденции

Англоязычные деловые письма	Русскоязычные деловые письма
Общие структурные характеристики:	
1. наличие обращения, преамбулы, основной части, заключения, подписи; 2. наличие дополнительной информации: постскрипtum, приложения	
Общие лингвистические характеристики:	
1. наличие деловой лексики; 2. наличие клишированных фраз и терминов; 3. наличие прецизионной информации; 4. наличие имен собственных в обращении.	
Общие синтаксические характеристики:	
1. предложения в пассивном залоге; 2. перечисления; 3. условные предложения; 4. повелительное наклонение; 5. смысловые формальные связки.	
Различные характеристики:	
1. наличие ссылки на общее содержание письма; 2. наличие архаизмов;	1. данная ссылка может отсутствовать; 2. отсутствие архаизмов;
3. разное значение аббревиатур предприятий.	

Структура рассматриваемых писем в основном совпадает, в письмах присутствуют такие составляющие, как: обращение, преамбула, основной

текст, заключение, подпись. При необходимости автор письма вправе добавить постскриптум и приложения. Наблюдаются отличия в оформлении делового письма: 1) в письме на русском языке дата отправления указывается с левой стороны, в письме на английском – с правой; 2) адрес получателя в английской корреспонденции располагается с левой стороны, в русской – с правой; 3) зачастую в английском письме присутствует ссылка на общее содержание письма, что не всегда наблюдается в русском варианте деловых писем. В дополнение, наличие архаизмов в тексте является чертой, присущей исключительно англоязычной корреспонденции.

К чертам сходства относятся лингвостилистические составляющие деловых писем, такие как: деловая лексика, клишированные фразы, термины, прецизионная информация, а также осложненный синтаксис (наличие условных предложений, перечислений, конструкций в пассивном залоге).

Особое внимание уделяется адаптации аббревиатур предприятий и их корректного написания в деловом письме. Не всегда аббревиатуры, существующие в русском языке, соответствуют английскому варианту.

2.2 Сопоставление англоязычных и русскоязычных контрактов

Деловая корреспонденция ведет к заключению контракта, который, в свою очередь, может стать основой для продолжения деловой переписки по вопросам поставок, задержек, оплаты и т.п. Контракты представляют собой отдельный жанр официально-делового стиля. Данный вид делового документа регулирует и поддерживает работу предприятия. Взаимодействие между бизнесменами и поставщиками различного оборудования, товаров или предлагаемых услуг, работниками и работодателями осуществляется с помощью заключения контракта. Все маркетинговые операции и финансовая деятельность регламентируются с помощью контрактов. Контракт

представляет собой текст, обладающий структурно-композиционными и документообразующими характеристиками. Рассматриваемый вид документа является текстовой репрезентацией речемыслительных феноменов, которые функционируют в бизнесе.

При составлении контракта важно учитывать лингвостилистические особенности описываемого документа. Перед написанием контракта следует ознакомиться с композиционной составляющей, так как данный вид деловой бумаги имеет четкую структуру, соблюдение которой является обязательным. Помимо структуры, контракт обладает рядом лексических и грамматических особенностей. Для более точного и грамотного изложения мысли составитель контракта должен учитывать наличие клишированных фраз, терминов и профессионализмов, а также наименований людей по признаку, определяющему отношение к договору. Один из определяющих факторов успешного контракта является соблюдение грамматических особенностей. В каждом контракте прослеживается наличие условных предложений, выражение долженствования, повсеместное употребление пассивного залога, наличие сложных распространенных предложений. В данной работе анализируются 10 контрактов, общим объемом 35 580 знаков.

Русскоязычный контракт делится на четыре части: 1) преамбула; 2) предмет договора; 3) дополнительные условия договора; 4) реквизиты сторон. В преамбуле (вводной части) указывается наименование контракта, дата и место его заключения, полное фирменное наименование контрагента, а также должность, ФИО лиц, подписывающих контракт. В предмете договора указываются определенные условия, такие как: срок действия договора; ответственность сторон за нарушение определенного пункта договора; условия изменения или расторжения действующего договора; способы реализации обязательств; порядок разрешения споров между партнерами, заключившими договор. В реквизитах сторон указываются банковские и почтовые реквизиты, а также фактический адрес контрагента, ИНН/ОГРН и подписи сторон договора.

В конце контракта, составленного на русском языке, могут указываться заключительные положения договора. Как правило, в данном пункте указывается количество экземпляров договора, а также прописывается, у кого будут храниться экземпляры.

Англоязычный договор включает: 1) преамбулу; 2) положения договора (operative provisions); 3) заверения и гарантии; 4) условия договора; 5) заключительную формулу документа. В преамбуле указывается цель соглашения сторон, причины заключения контракта. В положении договора говорится о том, что контракт был заключен между сторонами, а также прописываются обязательства сторон. В заверениях и гарантиях контракта содержатся фактические данные, выступающие в качестве гарантий. В качестве гарантий могут быть представлены данные о качестве проданных товаров, оказанных услугах, прав сторон контракта. Гарантии рассматриваются как обещания, нарушение которых может иметь серьезные юридические последствия. В заключительную формулу документа входят подпись, дата исполнения договора. Также могут указываться количества копий контракта и свидетели заключения соглашения.

В конце англоязычного контракта указываются положения, касающиеся вопросов формулирования соглашения. В данных положениях указываются: арбитраж, выбор законодательства, возможность отказа, принцип разделений условий договора, соблюдение конфиденциальности, язык и т.д. Также в заключительной части могут учитываться форс-мажорные обстоятельства, заставляющие участников заключения контракта приостановить или прекратить обязательства по соглашению. Данные обстоятельства возникают, когда работа фирмы/предприятия выходит за рамки контроля, а работа становится коммерчески неосуществимой или незаконной.

В связи с громоздкостью предложений в содержании контракта каждую новую мысль принято начинать писать с нового абзаца, тем самым в

контрактах наблюдается наличие параграфов, пунктов и подпунктов. Данная особенность присуща как англоязычному, так и русскоязычному контракту.

Примеры деления текста в английском варианте контракта:

1. Scope of Services. The Contractor shall, in a proper and satisfactory manner as determined by OHA, provide all the goods and services ...
2. Time of Performance. The performance required of the Contractor under this Contract shall be completed in accordance with the Time Schedule...
3. Compensation. The Contractor shall be compensated according to the Compensation provision...

Деление на пункты в русскоязычном варианте контракта:

По настоящему договору агент обязуется:

- осуществлять поиск, привлечение Клиентов;
- заключать от имени Принципала с Клиентами Договоры по форме, предоставляемой Принципом;
- принимать от Клиентов денежные средства в оплату Работ по Договору подряда в адрес Принципала;
- осуществлять иные фактические и юридические действия в случае получения от Принципала соответствующего указания.

Структура англоязычного и русскоязычного контрактов имеет общие составляющие характеристики. Обязательными элементами контракта являются преамбула, предмет и общие положения договора, реквизиты сторон. В качестве дополнительных элементов, которые наблюдаются не во всех контрактах, являются дополнительные положения договора, отвечающие на вопросы формулирования контракта, а упоминается наличие форс-мажорных обстоятельств, которые могут возникать в процессе исполнения договора.

Лингвостилистические особенности контракта соответствуют функциональной направленности текста. Четкая структура соглашения подразумевает наличие общепринятых клишированных выражений. Наличие клише является необходимым элементом любого контракта. В англоязычном

контракте наиболее распространены следующие клишированные фразы: this contract executed as of this; this contract comes into force; acting by and on behalf of; the parties execute this Contract by their signatures; this contract will be terminated with; hereinafter referred to as the Sellers, on the one hand; hereinafter referred to as the Buyers, on the other hand; have concluded the present Contract as follows; delivery of the goods under the present Contract should be effected within the dates stipulated in the Supplement №; any amendments and supplements to the present Contract are valid only if made; the parties agree to the scheduled payment plan; by this agreement, the Partners enter into a general partnership; this agreement sets out the terms and conditions that govern the Partners within the Partnership etc.

Подобно англоязычному документу, контракт, составленный на русском языке, обладает большим количеством клишированных выражений: по настоящему договору Сторона 1 обязуется оказать следующие услуги; стороны обязаны выполнять принятые на себя обязательства качественно и своевременно; стороны несут ответственность за неисполнение договора; настоящий договор действует с/по; настоящий договор составлен в (двух) экземплярах; настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует с/по; любые изменения и дополнения к настоящему Договору действительны лишь при условии; компания/клиент обязуется; Перечисление суммы вознаграждения осуществляется Принципалом на расчетный счет Агента в течение; настоящий договор может быть пролонгирован на основании соглашения сторон; договор может быть расторгнут по согласованию сторон, либо в одностороннем порядке в соответствии с действующим законодательством и т.д.

Как в английском, так и в русском контрактах используется большое количество терминов и профессионализмов. В процессе рассмотрения и анализа контрактов на английском языке, были выявлены следующие термины и профессионализмы: examination regulations; course implementation; monetary amounts; distribution assistant staff; duplicate submissions; commercial

distribution; full insurance; bank transfer; healthcare and liability insurance; insurance coverage; legal regulation; data sheet; summary of the conditions; third party liability; assistance services; date of enrolment; occurrence for damage to property; occurrence for damage to person; supplementary coverage; total amount; force majeure; independent contractor; risk of loss; liquidated damages; general/limited partnership; intellectual property; events of default, compensation, conduct declaration etc.

Отдельно выделяют клишированные фразы и выражения, обозначающие временные рамки действующего контракта. В англоязычных примерах контрактов встречались: as of the date; at least; to be effective as of the date first above written; days of the termination date of this Contract; compliance dates; on the date specified overleaf; s unless terminated earlier in accordance; no earlier than and no later than etc.

В контрактах, написанных на русском языке, также используются клише временных рамок: настоящий договор действует с; действие договора пролонгируется на тот же срок; за отчетный период с/по; настоящий договор заключен на срок с/по; в случае заключения договора сроком на 1 месяц; в срок не позднее следующего дня после заключения договора; условия договора будут определены за 1 месяц до истечения срока действия; не позднее, чем за 30 календарных дней до срока расторжения и т.д.

Различные варианты терминов и профессионализмов были обнаружены в русскоязычных контрактах. В процессе анализа контрактов встречались следующие примеры терминов и профессионализмов: отметка изготовителя; письменное обращение; книга замечаний и предложений; подтверждение отказа изготовителя; представитель/исполнитель организации; нарушение прав потребителя; заказчик; исполнитель; предел прямого действительного ущерба; разрешение арбитражного суда; действующая подсудность; мотивированное письменное обоснование; дополнительное соглашение; обстоятельства непреодолимой силы; форс-мажорные обстоятельства; акт о дальнейших действиях; несение гражданской, уголовной, личной,

административной ответственности; конфиденциальность информации; уполномоченные представители сторон; юридическая сила; штатный юрист; коммерческая тайна; банковские дни; хозяйственное партнерство; интеллектуальная собственность стороны; привлечение третьих лиц; банковские реквизиты; агент; принципал и т.д.

В контрактах присутствуют наименования людей по признаку, обусловленному каким-либо отношением к заключаемому соглашению. В ходе исследования контрактов на английском языке были выявлены следующие наименования: contractor; client; consultant; landlord; tenant; employee; employer; freelancer; seller; buyer; borrower; lender; customer; participant; researcher; ambassador; creator; recipient; lessee; lessor; consignor; consignee; releasor; releasee; principal; attorney etc.

Подобные наименования встречаются в русскоязычных контрактах. Наиболее частотными являются следующие наименования: агент; принципал; общество; потребитель; сторона 1; сторона 2; заказчик; исполнитель; клиент; компания; предприятие; организация; поставщик; покупатель; продавец; работодатель; работник/специалист; директор и т.д.

Для контрактов типично использование различных аббревиатур и сокращений. В процессе исследования контрактов были обнаружены следующие аббревиатуры и сокращения в англоязычных контрактах: TPE (Trade Partners Enterprise); ICC (International Chamber of Commerce); IMF (International Monetary Fund); B/L (bill of landing); C.I.F. (cost, insurance, freight); a/c (account); B/E (bill of exchange); C.O.D. (cash on delivery); ETA (estimated time of arrival); rep. (representative); TOD (time of departure); suppl. (supplier); rep. (representative); PP (parcel post); p/i (proforma invoice); RFP (request for proposal) etc.

В русском варианте контрактов контракта аббревиатуры и сокращения встречаются гораздо реже, так как различные наименования упоминаются в развернутом варианте. Среди анализируемых контрактов были найдены следующие аббревиатуры и сокращения: НДС (налог на добавленную

стоимость); РФ (Российская Федерация); п. (пункт); М.П. (место для печати); БУ (бюджетное учреждение); ГК (Государственный контракт); УО (Уполномоченный орган); АРМ (автоматизированное рабочее место); БГ (банковская гарантия); АД (аукционная документация) и т.д.

Одной из главных функций контракта является определение прав и обязанностей сторон. Особо значимы способы выражения долженствования при составлении контракта. Для выражения долженствования в английском варианте контракта зачастую используется модальные глаголы *to be to*, *shall*, *should*, а также такие словосочетания, как *to be obliged to*, *to undertake*.

В ходе анализа грамматических особенностей англоязычного контракта, были выявлены следующие примеры долженствования: *any written notice required to be given; the parties execute this contract to be effective; to be included during contract phase; the services are to be performed and specific hours to be worked; a specific contract should be arranged; place of residence should be verified; shall pay; should be made; should contain; the employer is obliged to provide; the employee undertakes; moral rights shall be retained; producer's rights shall be signed; expenses shall be deducted; the law shall apply; English version of the contract shall be considered to be authentic etc.*

В русскоязычных контрактах долженствование обозначается модальным глаголом «должен» или смысловыми глаголами в форме настоящего времени. Примерами долженствования являются следующие словосочетания: потребитель/общество обязуется; сторона 1 обязуется оказать следующие услуги; сторона 2 принимает на себя обязательства; исполнитель обязуется по заданию заказчика осуществить; заказчик производит 100% предоплату; все вопросы оговариваются; споры и разногласия разрешаются путем переговоров; стороны договора передают на рассмотрение в суд; клиент обязан выплатить юридической компании; договор заключается; детальное описание должно быть приложено; товары должны быть поставлены в сроки; покупатель должен уплатить продавцу штраф; аккредитив не должен содержать других условий; исполнитель

обязан уведомить об этом заказчика; исполнитель обязуется не разглашать какую-либо информацию и т.д.

Подобно деловым письмам, в текстах контрактов содержится большое количество условных предложений. Как правило, они выражены грамматической конструкцией *if-clause*. Примеры придаточных предложений в англоязычном контракте: *if the absence is too long, the consortium must send a substantiated request; contractor will not be assisted if the legislator had been involved in the development; non-attendance is only accepted if authorized upon valid justification; if the film was submitted to the festival, the submission fees shall be deducted; if something happens that is covered, the expenses will be reimbursed; if an escort is required for medical reasons, the costs of a return ticket will be reimbursed etc.*

Помимо распространенной конструкции *if-clause* одним из способов выражения условия является использование модального глагола *should* в начале предложения. Были выявлены следующие примеры: *should the Client fail to make payment within timeframe, the Supplier may rescind this Contract; should the Client fail to make payment within thirty calendar days, the Student shall be expelled without any further conditions to be met etc.*

В русскоязычных контрактах в основном преобладает использование союза «если» при выражении условия. Примеры условных предложений в контрактах на русском языке: *если обстоятельства, указанные в пункте 8 будут продолжаться более 2 месяцев, каждая сторона будет иметь право отказаться от дальнейшего исполнения обязательств; если после окончания договора ни одна из сторон не заявит об обратном, договор считается пролонгированным; если инициатором расторжения договора выступает исполнитель, то расторжение договора может быть перенесено до момента сдачи отчета в соответствующие инстанции; исполнитель несет материальную ответственность в виде штрафов, если заказчик соблюдает сроки предоставления соответствующих документов; изменения и*

дополнения к настоящему договору действительны, если они внесены в письменной форме и т.д.

Другой грамматической особенностью контракта, составленного на английском языке, является наличие в тексте сложных наречий, которые представляют собой сочетания слов *where, here, there* с различными предлогами. Примерами данной особенности являются словосочетания: *whereas the company was established to better the conditions of native people; therefore the parties hereto mutually agree as follows; provided by an educational programme or part thereof; which is hereby made a part of this Contract; Special Conditions are attached hereto; at the time of actual receipt, whichever is earlier; terminated as provided hereafter in this Contract; which is attached hereto and incorporated herein by reference; respective obligations hereunder; any material breach hereof; any amendments hereof and additions hereto shall be made in writing etc.*

В русскоязычных контрактах данные наречия заменяют следующие выражения: в подтверждение вышеизложенного; подрядчики сохраняли конфиденциальность вышеуказанной информации; станет известно о наличии вышеуказанного решения; за ниже перечисленными исключениями; сторона, для которой наступили обстоятельства; в течение которого будут действовать эти обстоятельства; обязательств по настоящему договору; по настоящему Соглашению Стороны не получают прав на интеллектуальную собственность; в дальнейшем именуемый Заказчик; дополнительные условиями настоящего договора являются и т.д.

Отличительной особенностью контрактов является наличие сложных распространенных предложений. Среди англоязычных контрактов были найдены следующие примеры предложений: *if the study problems are not resolved during this following semester, the Academic Board can decide on revoking the scholarship, asking confirmation from the supervisor agency; Contractor understands that the Agreement to which this document is attached is voidable on behalf of the State or OHA if this Agreement was entered into in*

violation of any provision of chapter 84, Hawaii Revised Statutes, commonly referred to as the Code of Ethics, including the provisions which are the source of the declarations above; any written notice required to be given by any party to this Contract shall be (a) delivered personally, or (b) sent by United States first class mail, postage prepaid etc.

В русском варианте контрактов также встречаются распространенные предложения. Среди них: стороны обязуются после завершения сотрудничества не использовать коммерческую тайну, полученную в результате сотрудничества, в целях конкуренции с другой Стороной, а также с целью причинения вреда; под коммерческой тайной в настоящем Договоре понимаются все условия настоящего договора, всех приложений к нему, а также любая информация, которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к которой нет свободного доступа на законном основании и к сохранению конфиденциальности которой обладатель принимает все возможные меры и т.д.

Характерной особенностью составления контракта является применение пассивного залога. Как в русском, так и в английском варианте контрактов было найдено множество примеров предложений в пассивном залоге. Примеры пассивного залога в английских контрактах: copies are signed; decision will be made; the cost will be covered; the three-year period is calculated; the contract will be terminated; the Contractor has been evaluated; the goods and services are provided; the Standards are attached; the general conditions are made; Contractor has been assisted; this Agreement was entered into in violation; compensation will be paid; the written approval will be required; the performance of work is described in the attachment etc.

Примерами пассивного залога в русскоязычном контракте являются выражения: оплата может быть произведена; уведомление должно быть сделано; расторжение договора может быть перенесено; условия договора могут быть изменены; настоящий договор будет прекращен; денежные

средства должны быть перечислены; перечисление суммы будет осуществлено; услуги должны быть своевременно оплачены; претензии не будут предъявляться; услуга не была включена в выбранный клиентом пакет услуг; сроки выплаты награждения были нарушены; информация не должна передаваться третьим лицам и т.д.

Таким образом, в ходе сопоставительного анализа контрактов на русском и английском языках, был выявлен ряд общих и отличительных черт. Они представлены в таблице 3.

Таблица 3 - Черты сходств и различий англоязычных и русскоязычных контрактов

Англоязычные деловые контракты	Русскоязычные деловые контракты
Общие структурные характеристики:	
1. наличие обязательных элементов контракта: преамбулы, предмета и общих положений договора, реквизитов сторон; 2. деление на пункты в связи с громоздкостью предложений.	
Общие лингвистические характеристики:	
1. наличие клишированных фраз; 2. наличие терминов и профессионализмов; 3.наименование людей по признаку к заключаемому соглашению.	
Общие синтаксические характеристики:	
1. условные предложения; 2. сложные распространенные предложения; 3. пассивный залог;	
Различные характеристики:	
1. аббревиатуры и сокращения более частотны; 2. английский контракт может содержать дополнительные	1. ключевая информация записывается подробным образом;

элементы заключения договора; 3. наличие сложных наречий.	
---	--

Чертами сходства являются лексические особенности контрактов. Так в англоязычном и русскоязычном контрактах были обнаружены такие лингвостилистические особенности, как наличие терминов и профессионализмов, клишированных фраз, клише временных рамок, наименование участников контракта по их отношению к подписываемому документу. Отличие наблюдается в использовании аббревиатур и сокращений. В английском варианте контракта аббревиатуры и сокращения более частотны, чем в русскоязычных контрактах. Как правило, российские представители прописывают важную информацию, такую как денежные единицы, количество продукции и т.д. в полной форме.

Сходства и различия наблюдаются в структуре рассматриваемых контрактов. Преамбула, основные положения контракта, реквизиты являются необходимыми элементами как в русскоязычном, так и в англоязычном контракте. Английский контракт может содержать дополнительные элементы, которые не всегда прослеживаются в русском варианте контракта. Среди них: заверения и гарантии, а также положения заключительной части соглашения.

Выводы по второй главе

Таким образом, рассмотрев деловые письма и контракты на русском и английском языках, были найдены черты сходства и различия. Структура анализируемых писем в основном совпадает, за исключением особенностей оформления англоязычных и русскоязычных писем. Отличительной чертой

англоязычной корреспонденции является наличие архаизмов. Деловые письма обладают рядом общих характеристик. Как в русскоязычных, так и в англоязычных письмах наблюдается наличие клише, терминов, деловой лексики, прецизионной информации, осложненного синтаксиса (условные предложения, перечисления, пассивный залог).

Контракты, составленные на русском и английском языках, обладают рядом сходств и различий. В структуре контрактов были определены такие свойства, как преамбула, основные положения договора, реквизиты сторон. Добавочными элементами выступают дополнительные условия соглашения, наличие форс-мажорных обстоятельств, а также условия пролонгирования или расторжения контракта. Как англоязычный, так и русскоязычный контракт содержит обязательные структурные элементы, дополнительные элементы могут варьироваться в зависимости от вида контракта.

Подобно деловым письмам, контракт обладает рядом лингвостилистических характеристик, учет которых необходим при написании документа. Лексическими элементами являются наличие клишированных фраз, терминов и профессионализмов, наименование должностей, аббревиатуры и сокращения. Грамматическими элементами служат сложные распространенные предложения, пассивный залог, условные предложения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы подробно проанализировали все необходимые элементы, относящиеся к сфере делового взаимодействия. Проведенный сопоставительный анализ позволил в полной мере выявить основные составляющие деловых писем и контрактов. Также были рассмотрены основные черты сходства и различия между русскоязычными и англоязычными контрактами. Знания композиционных и лингвостилистических особенностей данных документов позволит избежать ошибок и неточностей при составлении деловых бумаг. Навык написания деловых писем и контрактов позволит без труда решить деловые вопросы, касающиеся работы предприятия, фирмы.

Деловые письма и контракты должны быть составлены с учетом всех необходимых характеристик, обеспечивающих четкое понимание цели написания. Авторам деловых документов необходимо учитывать лингвостилистические особенности, присущие данным видам бумаг. Среди них выделяются структурные, лексические и грамматические составляющие. Любая погрешность в написании аббревиатуры фирмы, обозначении прецизионной информации, наименовании должностных лиц является недопустимой. В дополнение, следует учитывать правила составления деловых писем и контрактов страны, с которой ведется деловая переписка или заключается контракт.

В данной работе было представлено определение деловой коммуникации. Деловая коммуникация является неотъемлемой частью профессиональной культуры человека в дипломатической, административной и правовой сфере. Деловая коммуникация обладает видовым составом. Различают межличностные и публичные, устные и письменные, диалогические и монологические, непосредственные и опосредованные виды деловой коммуникации.

Изучение специфики деловых документов невозможно без ознакомления с понятием делового дискурса. Под деловым дискурсом подразумевается целенаправленная деятельность людей, отношения которых базируются на нормах и правилах общения, принятых в деловом обществе. Существует множество мнений ученых по вопросу классификации делового дискурса. Одной из основных классификаций является деление делового дискурса на формальный и содержательный.

Жанры деловой коммуникации (презентации, совещания, деловые встречи и другие) обширны. Однако результаты каждого делового переговоров, встреч и совещаний регламентируются деловым документом.

Выполнив основные задачи, была достигнута цель данной работы: выявлены основные черты сходства и различия между русскоязычными и англоязычными письмами и контрактами.

Контракт представляет собой отдельный жанр в сфере деловой коммуникации. Знание композиционных, лингвостилистических составляющих контракта необходимо при заключении успешной сделки и слаженной работы предприятия. Исследователи выделяют маркетинг-ориентированные, социально-ориентированные и финансово-ориентированные контракты. В данной работе рассматриваются такие виды деловых контрактов, как договор купли-продажи, договор аренды, трудовой договор, договор займа.

В процессе исследования был выполнен сопоставительный анализ англоязычных и русскоязычных контрактов. При выявлении особенностей написания данного вида делового документа, удалось установить основные черты сходства и различий между контрактами, написанными на русском и английском языках. Основное отличие прослеживается в структуре контрактов. Помимо преамбулы, основных положений и реквизитов договора, англоязычный контракт обладает заверениями и гарантиями, а также многоаспектным перечнем дополнительных условий договора

(наличие форс-мажорных обстоятельств, случаи продления или прекращения договора).

Ряд сходств наблюдается в грамматическом и лексическом плане составления контракта. Наличие терминов, клише, наименования людей по их отношению к заключаемому контракту, условные предложения, пассивный залог, распространенные предложения являются обязательными элементами как англоязычного, так и русскоязычного контракта.

Различно использование аббревиатур и сокращений в контрактах. Как правило, в анализируемых контрактах на английском языке встречалось больше аббревиатур и сокращений. Также были выявлены различия в грамматическом плане. По-иному указывается выражение долженствования в контрактах, написанных на русском и английском языках.

Одной из главных характеристик делового письма является лексическое и композиционное единообразие содержания текста. Обязательной чертой является соблюдение нейтрального тона изложения и отказ от эмоционально-оценочной лексики. В тексте должна прослеживаться лаконичность изложения содержания. Характеристикой, присущей деловым письмам является использование сложносокращенных слов, аббревиатур, а также терминов и цифровых данных. Соблюдение структуры – обязательное требование деловых писем. Как правило, структура письма подразделяется на информационную и служебную части. Основное сообщение изложено в информационной части, которая подразделяется на вводную (конкретизирующую суть вопроса), основную (последовательно описывающую вопросы) и заключительную части.

Языковыми особенностями анализируемых деловых писем является выдержанный тон делового общения. Стандартизированность деловой речи подчеркивается клишированными выражениями и деловой лексикой. Помимо стандартизированных слов и выражений важное место в письмах занимают термины, относящиеся к торговой, экономической и финансовой тематике.

Проанализировав структуру, композицию, содержание деловых писем, а также их лингвостилистические особенности, был сделан следующий вывод: при составлении описываемого делового письма авторы руководствуются моделью «AIDA». Осведомленность достигается предоставлением точной цифровой информации. Деловая лексика и наличие терминов также вводят адресата в курс дела и помогают изложить цель письма. Интерес адресата помогают вызвать положительные стороны предлагаемого товара и описание фирмы, предоставляющей услуги. Письмо должно вызывать желание устранить или свести к минимуму вероятность будущих потерь. Автор письма должен составить вескую причину покупать товар именно у его фирмы, а не у конкурентов.

К чертам различий деловых писем на русском и английском языках относится вариативность оформления (расположение даты отправления, адреса получателя, наличия ссылки на общее содержание письма). Также различны обозначения (аббревиатуры) названий фирм и предприятий.

Лингвостилистические особенности данных деловых писем в основном совпадают. Исключением является использование в английской деловой корреспонденции архаизмов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. – Москва, 1990. – 147с.
2. Баженова, Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе / Е.В. Баженова; Москва: АСТ, 2009. – 190 с.
3. Басс, Э.М. Научная и деловая корреспонденция. Английский язык. / Э.М. Басс; Москва: Наука, 1991.
4. Белланже, Л. Переговоры / Л. Белланже; 5-е изд. – Санкт-Петербург: "Нева", 2002. - 128 с.
5. Бугров, Л.Ю. Содержание трудового договора / Л.Ю. Бугров; Вестник пермского университета. - 2008. - №2. - С. 84-104.
6. Бюллер, К. Теория языка: Репрезентативная функция языка / К. Бюллер; Москва, 1988.
7. Варшамова, Н.Л. Особенности текстов деловой письменной коммуникации / Н.Л. Варшамова, Е.В. Яшина. Вестник Саратовской государственной юридической академии. Саратов, 2015. № 5 (106). С. 216-220
8. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. - Москва: Ленанд, 2017. - 144 с.
9. Громова, Н.М. Деловое общение на иностранном языке / учебное пособие для студентов вузов / Н.М. Громова. - Москва: Магистр, 2010. - 286 с.
10. Демина, И.Н. Место и роль коммуникации в бизнес-процессах / И.Н. Демина // Известия ИГЭА. – 2012. – №2 (82) – С. 202 – 206.
11. Демидова, А.К., Смирнов З.А. Русская коммерческая корреспонденция. -Москва: Русс, яз., 1984. -222с.
12. Демин, Ю.М. Деловая переписка / Ю.М. Демин; Москва: Бератор-Пресс, 2003. - 352 с.

13. Добсон, Э. Как писать деловые письма / Э. Добсон; Челябинск, 2007. - 283 с.
14. Егоров, В. П. Дипломатический протокол и этикет : учеб. пособие / В. П. Егоров. — Москва: Юридический институт МИИТа, 2013.
15. Казакова, О.А. Деловая коммуникация / О.А. Казакова, А.Н. Серебренникова, Е.М. Филиппова // Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 132 с.
16. Карасик, В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик; Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сборник научных трудов. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5.
17. Каримов, А.Ф. Особенности исполнения договора займа / А.Ф. Каримов, Н.В. Фирсова // International Journal of Humanities and Natural Sciences. - 2020. - №3. - С. 110-113.
18. Касаткина, К.А. Практикум по коммерческому переводу: учеб. - метод. пособие / К.А. Касаткина, Е.В. Косс, Н.В. Андрюхина, – Тольятти: ТГУ, 2018 – 167 с.
19. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов [и др.]. – Москва: Дрофа, 2013. – 365 с.
20. Кивилева, Е.Б. Деловое общение и факторы, препятствующие успешной деловой коммуникации / Е.Б. Кивилева // Вестник МГЛУ. – 2012. – №20 (653) – С. 77 – 86.
21. Кокина, И.А. Этикетные особенности делового письма / И.А. Кокина; Молодой исследователь Дона. - Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2019. - С. 117-120.
22. Коллинз, Д. Этика и этикет в бизнесе / Д. Коллинз; Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 160 с.
23. Колтунова, М. В. Деловое общение: Нормы. Риторика. Этикет. Уч. пособие для вузов / М. В. Колтунова. — 2-е изд., доп. — Москва: Логос, 2005. — 312 с.

24. Кузнецов, И.Н. Деловое общение. Деловой этикет / И.Н. Кузнецов. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 431 с.
25. Кушнерук, С. П. Об учебной и исследовательской проблематике «Документной лингвистики» / С.П. Кушнерук; Полилингвильность и транскультурные практики. 2008. №4. – С. 88-90.
26. Лескин, Д.Ю. Воспитание как основа образования: возвращение к истокам // Педагогический форум. - 2021. - №2. - С. 12-15.
27. Литвинов, А.В. Типологическая классификация произведений делового дискурса / А.В. Литвинов; Вестник Университета Российской академии образования. - №5, 2010. С. 161-166.
28. Магомадова, Э.И. Исполнение договора аренды / Э.И. Магомадова; Colloquium-journal. - 2020. - №10. - С. 262-263.
29. Малюга, Е.Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса / Е.Н. Малюга // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №84 – С. 147 – 155.
30. Малюга, Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации / Е.Н. Малюга; Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2009. №3 52-60 с.
31. Натхо, И.О. Деловой дискурс и его роль объекта деловой и бизнес-лингвистики / И.О. Натхо; “WEST-EAST”. - 2019. - №1. - С. 55-65.
32. Нурисламова, В.О. Документ как объект лингвистического анализа / В.О. Нурисламова; Филологические науки. - 2017. - №4. - С. 46-49.
33. Потемкин, В.К. Управление персоналом: Учебник для вузов / В.К. Потемкин; Санкт-Петербург: Изд.- во СПбГУЭФ, 2009. – 340 с.
34. Притчи 13 стих 11 // Притчи 13 стих 11 - БИБЛИЯ онлайн URL: <https://bible.by/verse/20/13/11/> (дата обращения: 13.05.2022). – Текст: электронный.
35. Радченко, В.В. Структурно-семантические особенности пространства текстов деловой коммуникации / В.В. Радченко;

Университетские чтения - 2004. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. - Часть II. - Пятигорск: ПГЛУ, 2004.

36. Разговорова, Н.Н. Лингвостилистические особенности делового письма (на материале английской коммерческой корреспонденции): Дис. канд. филол. Наук: 10.02.04 Москва, 2003. – 202 с.

37. Райс, К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс; Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. Москва, 1978. С. 202–228.

38. Рогожин, М.Ю. Документы делового общения / М.Ю. Рогожин; Москва: Издательство «РДЛ», 2001 - 208 с.

39. Рогожин, М.Ю. Современное деловое письмо/ М.Ю. Рогожин; Москва: ГроссМедиа, 2006. – 215 с.

40. Сологуб, О.П. Документная лингвистика как наука о деловой письменной коммуникации / О.П. Сологуб // Русский язык: исторические судьбы и современность. Труды и материалы III Международного конгресса исследователей русского языка. – Москва, 2007. – 630 с.

41. Стеблецова, А.О. К вопросу о типологии делового дискурса / А.О. Стеблецова; Гуманитарные и социальные науки. 2014. №2. 659-662 с

42. Стеблецова, А. О. Национальная специфика делового общения в англо язычной и русскоязычной коммуникативных культурах / А.О. Стеблецова; Воронеж: ИПЦ ВГУ, 2009. – 207 с.

43. Спицына, Н.А. Идиоматизация делового дискурса / Н.А. Спицына, А.В. Гундобина; The Scientific Heritage. 2019. №42-4 (42) 44-48 с

44. Федотова, Н. Г. Ф34 Основы деловой коммуникации: учеб. - метод. пособие / Н. Г. Федотова; НовГУ им. Ярослава Мудрого. Великий Новгород, 2016. – 43 с.

45. Цзян Цюнь. Новые внешнеэкономические операции / Цюнь Цзян; Минск, 2005. – 211 с.

46. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник / Ф. И. Шарков. – Москва: Издательский Дом «Социальные отношения» издательство «Перспектива», 2004. – 248 с.
47. Швечкова, Л.А. Презентация как жанр деловой коммуникации и средство формирования междисциплинарных компетенций / Л.А. Швечкова, О.Н. Кабанова; Гуманитарные науки. - 2014. - №3. - С. 69-72.
48. Ширинкина, М.А. Дискурсивно-стилистический подход к деловым текстам / М.А. Ширинкина; Гуманитарные исследования. История и филология. 2021. № 3. С. 75–81
49. Ширяева, Т.А. Когнитивная модель делового дискурса / Т.А. Ширяева; Пятигорск: ПГЛУ, 2006. 256 с.
50. Ширяева, Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса / Т.А. Ширяева; Пятигорск: ПГЛУ, 2008. – С 544.
51. Ягер, Дж. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса / Дж. Ягер. — Москва, 1997.
52. Bargiela-Chiappini F. Business Discourse / F. Bargiela-Chiappini, C. Nickerson, B. Planken; Palgrave Macmillan, 2006
53. Bly, R.W. Webster's New World. Letter Writing Handbook / R.W. Bly. – URL: http://elibrary.bsu.az/books_250/N_111.pdf (дата обращения: 10.05.2022). – Текст: электронный.
54. Jin, Y. Y. (2020). Research on Language Characteristics of Business Letter Writing. Studies in Literature and Language / Y.Y. Jin; 20(3), 128-137 p.
55. Kim, D. Dynamic Equivalence: Nida's Perspective and Beyond / D. Kim. – URL: www.skase.sk/Volumes/JTi09/pdf_doc/03.pdf (дата обращения: 08.05.2022). – Текст: электронный.
56. Nyzhnikova, L.V. Business correspondence and office work in english: methodological manual / L.V. Nyzhnikova // National University «Odesa Academy of Law». – Odesa: Feniks, 2011. – 78 p.

57. Toury, G. Descriptive Translation Studies – and beyond / G.Toury – Revised edition. – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2012. – 311 p.
58. Whitmell, C. Business Writing Essentials: How To Write Letters, Reports and Emails / C. Whitmell. – USA, 2013. – 230 p.
59. Williams, C. A. Corporate Social Responsibility in a Comparative Perspective // The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford : Oxford University Press, 2008
60. Woodbury, Tony. Defining documentary linguistics / Tony, Woodbury; In Peter K. Austin (ed.), Language documentation and description, vol. 1, 35-51. London, 2003.

Источники иллюстративного материала

61. Договор возмездного оказания образовательных услуг // ООО МОК «Виндзор» - 2021. – 6 с.
62. Договор купли-продажи мебели // Договор-Юрист.Ру: Актуальные образцы договоров URL: <https://dogovor-urist.ru/> (дата обращения: 16.05.2022). – Текст: электронный.
63. Договор оказания платных образовательных услуг // Договор оказания услуг - Амулекс URL: <https://amulex.ru/docs/contracts/services-contract/1635.html> (дата обращения: 10.05.2022). – Текст: электронный.
64. Письмо-запрос о предоставлении информации // Деловое письмо - Ассистентус URL: <https://assistentus.ru/forma/delovoe-pismo/> (дата обращения: 08.05.2022). – Текст: электронный.
65. Ashley, A. Oxford Handbook of Commercial Correspondence / A. Ashley - Oxford University Press, 2003. – 112 p.
66. Business offer letter // 20 Business Letter Templates & Examples for Various Purposes URL: <https://visme.co/blog/business-letter-template/> (дата обращения: 08.05.2022). – Текст: электронный.

67. Cheng, D. The Essential Guide to Writing Business Letters / D. Cheng – 2003-2010. – 69p.

68. Purchase terms // Cambridge Assessment English URL: <https://www.cambridgeenglish.org.ru/> (дата обращения: 11.05.2022). – Текст: электронный.