

Скібіцька Т.В. *Лексико-семантичні особливості мови ділових листів // Іноземна філологія. – Львів, 2006. – Вип. 115.*

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ

У статті розглядаються лексико-семантичні особливості англomовних ділових листів. Мова ділового листа повинна бути офіційною, ввічливою, тактовною і водночас короткою, виразною та доречною. Текст ділового листа визначається самим предметом текстової діяльності, тобто комунікативним наміром адресанта. Лексика ділових листів аналізується за трьома шарами: щоденна, специфічна лексика та науково-технічна термінологія. Також аналізуються слова іншомовного походження та скорочення. Причинами функціонування скорочень в ділових листах вважаються економія текстового матеріалу та його спрощення.

Ключові слова: лексика, комунікативний намір адресанта, домінуюча тема, спеціальна лексика, ділові стандарти.

Розробка понятійного та категорійного апарату загальної лінгвістики тексту, можлива лише „у зв'язку та на основі досліджень окремих питань лінгвістики тексту, тобто вивчення різних видів тексту, жанрово-лінгвістичних особливостей їх організації” [20, с.3].

Різним функціональним стилям притаманні свої внутрішні закони організації текстового матеріалу. В офіційно-діловому стилі й у ділових листах зокрема особливого значення набуває співвідношення форми та змісту в тексті. Залежно від виду листа, завдань комунікативного характеру текстовий матеріал набуває певної форми організації. Цей факт стає вирішальним при виборі мовних засобів, особливо спеціальної, офіційно-ділової лексики, штампів та шаблонних фраз.

У зв'язку з високою значущістю ділового листа, цей важливий вид текстової діяльності активно задіяний у загальній структурі економічної діяльності людини. Дослідженню листа в системі комунікації, у тому числі його лексичних особливостей, присвячена дисертація на здобуття вченого ступеня кандидата філологічних наук Л.В. Нижникової “Лист як вид тексту” [15]. Учена розглядає дві історично схожі сфери епістолярної комунікації – приватний та діловий лист. Що стосується ділового листа, досліджуються лексичні характеристики лише офіційно-ділового юридичного листа, не зачіпаючи інших ділових листів.

На матеріалі німецької мови феномен ділового листування досліджували автори дисертацій на здобуття вченого ступеня кандидата філологічних наук Зоріна Т.Н. „Лінгвістична характеристика сучасної комерційної кореспонденції як жанру ділової прози” [10] та Пилипенко Р.Є. „Комунікативно-функціональні особливості сучасного німецького ділового листа (на матеріалі міждержавної кореспонденції банківських установ” [16].

Вивчення ділових листів з точки зору їх лексико-семантичних особливостей є, на наш погляд, проблемою, яка недостатньо досліджена в комунікативній лінгвістиці тексту. Новизна нашого підходу до розгляду питання лексичних характеристик полягає в тому, що в даній статті ми пропонуємо проаналізувати лексику різних видів ділових листів залежно від їх домінуючої теми та комунікативного наміру адресанта.

Написання листів – важлива частина спілкування. Будуючи текст, відправник листа вибирає слова, сполучення слів, граматичні форми і розміщує їх у реченнях, що утворюють надфразові єдності, так, щоб повідомлення, яке є метою листування, сприйняв адресат і переробив свідомістю в уявлення, що збігаються з комунікативним наміром відправника. Кожна людина, яка пише листи, має власний, характерний лише для неї спосіб написання, свій стиль, спосіб висловлювання думки, але правила написання офіційних і напівофіційних ділових листів вимагають застосування певних фраз, кліше та граматичних конструкцій.

Мова ділового листа повинна бути офіційною, ввічливою, тактовною і водночас короткою, виразною та доречною. Такий лист позитивно впливає на читача і відповідно створює передумови для зміцнення та поліпшення стосунків. Сучасний діловий лист англійською мовою не повинен бути занадто підкресленим, перевантаженим інформацією, містити застарілі слова та вирази. Основною вимогою є простота. Варто зазначити, що сучасні ділові листи створюють тенденцію до застосування мови розмовного стилю.

Мова ділового листа характеризується логічними зв'язками поміж пропозиціями. Сучасна логіка, а за нею і лінгвістика часто використовують поняття пропозиції. Обговорюючи роль цього поняття в логічних побудовах, У.Куайн зауважив, зокрема, що цей термін стосується необхідної в логічних операціях семантичної константи, позначаючи те спільне, що існує між реченням та його перекладами на інші мови або його внутрішніми мовними перифразами [24, с.206].

Головним об'єктом дослідження теми ділового листа виступає її пропозиційний зміст, який може бути проаналізований на трьох рівнях: ілокутивному, тематичному та лексико-семантичному. Ілокутивний рівень відображає намір адресанта, тематичний характеризує семантичну природу тексту, а лексико-семантичний – це рівень реалізації ілокутивного і тематичного рівнів.

Головна комунікативна мета тексту ділових листів – інформувати про стан речей та вплив на адресата. Ця мета досягається завдяки використанню мовних одиниць, які відповідають логічним закономірностям відображення конкретної ситуації ділового спілкування та комунікативним умовам, за яких відбувається листування.

Лексика ділових листів не є однорідною, оскільки залежно від комунікативного наміру адресанта та домінуючої теми ділового листа можна виокремити такі комунікативні типи ділових листів:

1. **Ділові листи з домінуючою функцією впливу**, в яких пропозиційні відносини передаються через дієслова *to propose, to offer, to advise, to influence, to order, to request, etc.*

1.1. Велику групу таких листів становлять ділові листи із домінуючим характером пропозиції. Серед головних чинників, які впливають на організацію тексту листів-пропозицій, є агітаційне зосередження уваги на суспільній значущості об'єкта пропозиції, сильна стилістична маркованість ідентифікаційних ознак інтродуктивної номінації адресата та пряма вказівка на рівень співвідповідності адресата головній референтній ситуації.

1.2. До другої групи ділових листів з домінуючою функцією впливу належать листи з домінуючим характером замовлення. Листи-замовлення класифікуються відповідно до інтенційно-тематичної засади:

- замовлення на випробувальний термін;

- часткове замовлення об'єкта на певний термін випробування (без права його повернення);
- замовлення після випробувального терміну;
- пряме замовлення.

2. **Ділові листи переважно інформаційного змісту**, в яких пропозиційні відносини передаються через дієслова *to inform, to remind, to let to know, etc.* Комунікативне завдання таких листів – констатація змін та інформування. В інформаційному змісті більшості інституційних ділових листів можна визначити пропозиції, які відтворюють такі екстралінгвістичні ситуації:

- повідомлення про стан речей (*We have shipped the first grinding machine against the above Order this morning.*);
- повідомлення про характер взаємодій окремих явищ (*Prices vary from approx. 4,000£ to 6,000£ ex works Manchester.*);
- повідомлення про наслідки тих чи інших дій (*Our suppliers have just informed us that they have stopped production of item No.245. In substitution they have offered us items No. 249 and 249A, which are their latest products.*);
- повідомлення про події та явища, які відбуваються в різних ділових галузях (*The National Bank of Ukraine has established the dollar exchange rate at 5.32 UAH.*).

3. **Ділові листи із домінуючою контактною функцією**, які найчастіше характеризуються дієсловами *to congratulate, to thank, to wish, to invite, to apologize, to be grateful, etc.* Ритуальні тексти цих ділових листів позначені специфікою соціальної взаємодії між комунікантами. Спрямованість до проведення певного соціального ритуалу співвідноситься із виявленням ритуального акту адресанта, який висловлює своє емоційно-психологічне ставлення до особливих (нещоденних) явищ у житті адресата. Для виконання певного соціального ритуалу використовуються привітання, запрошення, подяка, вибачення, співчуття. Характерними ознаками ритуальних текстів є те, що:

- ритуальні дії мають періодичний характер;
- пропозиційний зміст таких текстів має експліцитний характер та ініціюється за урочистих умов, які відображають специфічні потенції емотивної модальності;
- ритуальні тексти мають відкритий соціальний характер;
- ритуальні дії відображаються естетично (у формі символічного акту) [16, с.19].

Лексика всіх видів ділових листів представлена трьома шарами. Лексичну основу будь-якого документа формує загальноживана лексика, другий шар – спеціальна лексика, характерна для стилю офіційно-ділового викладу в цілому і ділових листів зокрема, третій шар – наукова і технічна термінологія.

Загальноживана лексика утворює більшість елементів тексту, спеціальна лексика представлена в меншій кількості. До неї можна віднести назви організацій, установ, посад, назви видів листів, їх частин, а також так звану ситуативну лексику. Наукова і технічна термінологія, представлена в ділових листах, змінюється залежно від тематики організації, її профілю та питань, що розглядаються.

1. СПЕЦИФІЧНІ ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ СТИЛЮ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ

Спеціальна лексика відіграє важливу роль у наданні листам як зразкові офіційно-ділового стилю “домінуючого колориту” [9, с.65]. Незважаючи на те, що її відсоток порівняно з іншими шарами лексики не великий, саме вона створює необхідний для цього виду викладу фон. Спеціальна лексика завжди вживається в прямому, номінативному значенні. Можна виокремити дві мети застосування її в ділових листах: 1) надання стилю листа рис офіційності, строгості, діловистості; 2) чітке й однозначне визначення і позначення відповідних денотатів. Оскільки стиль ділових листів за деякими ознаками наближається до стилю правової літератури, важливою метою застосування спеціальної лексики можна назвати ще й точність позначення. Разом з однозначністю терміна точність повинна запобігати можливості неоднозначно тлумачити листа. Спеціальна лексика, представлена словосполученнями та виразами, зумовлює також такі характерні ознаки офіційно-ділового стилю, як стереотипність і шаблонність викладу.

Слід враховувати, що спеціальна лексика, її склад і кількісне співвідношення змінюються залежно від тематики питань, що обговорюються.

У різних групах ділових листів можна відібрати спеціальну лексику, яка характерна для кожної з них. Ця лексика представлена у певних тематичних групах – “ситуаціях” [11, с.84]. Під ситуацією автор розуміє тематично цільну частину листа.

Зокрема у ділових листах з домінуючою контактною функцією (лист-привітання, запрошення, подяка, вибачення, співчуття та ін.), можна виокремити такі тематичні групи спеціальної лексики: 1) привід написання листа; 2) лексика, пов’язана з виконанням соціального ритуалу, наприклад: *invitation, to accept, to join, congratulation, best wishes, gratitude, hospitality, grateful, apology, sympathy* (запрошення, приймати, приєднуватись, привітання, найкращі побажання, подяка, гостинність, вдячний, вибачення, співчуття).

Спеціальна лексика в ділових листах з домінуючою функцією впливу містить слова та фрази, пов’язані з обговоренням умов комерційних угод. Спеціальною лексикою в цій групі ділових листів можна також вважати слова та фрази, пов’язані з висловлюванням сподівань на подальше співробітництво. Типовими в цій групі є ситуації: 1) *Terms of payment* (умови оплати); 2) *Terms of delivery* (умови поставки); 3) *Guarantees* (гарантії); 4) *Description of goods* (опис товарів); та ін.

Для кожної ситуації виробився свій набір “лексичних віх”, тобто опорних (ключових) слів ситуації. Для прикладу розгляньмо декілька специфічних слів у кожній ситуації:

Terms of payment: to pay in advance, price, discount, letter of credit, currency, contract value, amount, Bank of the Seller, to be valid, cash cheque (умови оплати: оплачувати наперед, ціна, знижка, акредитив, валюта, вартість контракту, банк продавця, бути дійсним, готівка, чек).

Terms of delivery: freight, destination, shipping documents, waybill, transportation costs, consignor, consignee, shipment, packing, CIF terms (умови поставки: фрахт, місце призначення, відправна документація, транспортна накладна, транспортні видатки, відправник вантажу, одержувач вантажу, перевезення, упаковка, умови СІФ).

Guarantees: guarantee period, act, to remedy the defects, to replace the faulty equipment, quality, conformity with the standards (гарантії: гарантійний термін,

усунути неполадки, замінити обладнання, яке вийшло з ладу, якість, відповідність стандартам).

Description of goods: quotation, sample, catalogues, price-list, assortment (опис товарів: розцінки, зразок, каталоги, прейскурант, асортимент).

Ці ситуації і відповідні лексичні віхи трапляються майже в усіх ділових листах, які обслуговують комерційні угоди. Більш чи менш подібний набір ситуацій характерний і для ділових листів інформаційного змісту. У цьому виявляється спільність цих листів.

Роль лексичних віх полягає в тому, що вони можуть сигналізувати (у певному наборі) про загальний зміст певної частини ділового листа, його жанр, можуть лексично оформлювати мовну ситуацію.

Лексичні віхи є своєрідним показником стабільності в оформленні мовної ситуації в офіційно-діловому стилі: що більше закріпленим і постійним є їх набір, то звичнішим, шаблоннішим і канонічнішим є оформлення мовної ситуації. Існує яскраво виражена тенденція зберігати незмінним набір лексичних віх певних ситуацій, що можна розглядати як один з виявів консерватизму стилю.

Лексичні віхи (і ті, що входять до складу словосполучень, і ті, що вживають самостійно) є одиницями лексики листів, які досить часто повторюються, що пояснюється характерними рисами офіційно-ділового стилю – чіткістю, ясністю і шаблонністю. Той факт, що мові ділових листів не притаманні синонімічність та різноманітність мовних засобів, спричиняє високу частоту вживання одних і тих самих лексичних одиниць.

Оскільки лексичні віхи є одиницями спеціальної лексики, вони проникають з однієї ситуації в інші, що спричиняє тематичне переплетення лексичних віх у межах ситуації. Часто власні лексичні віхи ситуації виявляються в меншості порівняно з кількістю сторонніх віх. Але їх наявність не затушовує ролі віх-господарів, які завжди залишаються провідними й опорними лексичними одиницями певної ситуації.

У лексиці ділових листів є низка слів, що вживаються в особливому значенні, притаманному лише певному видові ділового листа або офіційно-діловому стилю взагалі. За цими словами закріплюється спеціальне значення у цій сфері так само, як встановлюються їх відповідники в українській мові. Одні з них набувають нового значення порівняно з словниковим (*to enclose* – містити; *to note* – брати до уваги, враховувати; *to advise* – інформувати, повідомляти), інші мають українськими відповідниками строго визначені, закріплені одиниці (*finding* – прийшовши до висновку; *a party* – сторона).

До специфічних лексичних засобів офіційно-ділового стилю можна також віднести так звані ділові стандарти [5, с.35], які надають діловим листам певного стилістичного відтінку. Це стійкі словосполучення, які традиційно використовують і неодноразово повторюють у готовому вигляді в конкретних ситуаціях, закріплюються за ними і в зв'язку з цим функціонують як готові словесні штампи [17, с.110].

Ці штампи створені традицією для висловлювання думки і вирізняються однозначністю й точністю. Штампи в ділових листах служать для економії часу і місця, а також для уникнення двозначності висловлювання, завуальованості думки. Ще однією формою стереотипності є шаблонні фрази, необхідні для оформлення листа, створення його текстової архітекτονіки, оскільки існують спеціально

розроблені шаблони для початку листа, продовження його і закінчення. Наприклад, для продовження листа: *we hope you will accept our sincere apologies, at the same time we would like to remind you that, in this connection, under the circumstances* (сподіваємось, Ви приймете наше щире вибачення..., одночасно хотіли б нагадати Вам, що..., в зв'язку з цим..., за даних обставин...).

Лексичні віхи і створені на їх основі шаблонні вирази уніфікують матеріал у ділових листах, канонічно оформлюють ситуації в лексичному плані. Вони несуть основне лексичне навантаження, утворюючи смисловий каркас усієї фрази (ситуації).

У процесі написання листа ділові стандарти не створюються заново, до них звертаються як до сталої спеціальної фразеології ділових листів. Ділові стандарти не можна повністю віднести до фразеологічних одиниць у загальномовному розумінні цього терміна [3;14]. Ці лексичні одиниці можна розглядати як окремий вид стійких словосполучень, що межують з фразеологічними одиницями.

Стандарти в офіційно-діловому стилі взагалі, і в ділових листах зокрема, виконують такі головні функції: 1) економлять процес мислення; 2) створюють стилістичний ефект (строгість, офіційність); 3) забезпечують однозначне тлумачення певних ситуацій; 4) беруть участь в оформленні абзаців та ін.

Незалежно від виду стандарти в ділових листах класифікуються за емоційним забарвленням (позитивні, негативні) і стилістичним (урочисті, пафосні); за належністю до функціонального стилю (книжні, розмовні); за тематикою ділових листів.

Аналіз ділових листів з домінуючою функцією впливу показав, що в цих листах ділові стандарти мають такі характеристики:

1. За емоційним забарвленням виокремлюють ділові стандарти з позитивною та негативною оцінкою, наприклад: *to express appreciation, to express thanks, favourable conditions, in good time, to be pleased to inform, to express the gravest concern, to be deeply concerned, to note with regret, to note with concern* (висловити задоволення, висловити подяку, сприятливі умови, у встановлені терміни, з радістю повідомити, висловити глибоке занепокоєння, бути глибоко занепокоєним, з жалем відмітити, з тривогою відмітити).

2. За належністю до функціонального стилю ділові стандарти відносять до трьох рівнів:

а) нейтральні – *with regard to, in accordance with, as concerns, as follows, by virtue of, compared to, due to, for the purpose of, in consequence of, in general, to call to mind, to take into account, with a view to* (стосовно, відповідно до, відносно, таким чином, шляхом, порівняно, через, з метою, як результат, у загальному, нагадати, взяти до уваги, з метою);

б) книжні – *suffice it to say, as requested by you* (досить сказати, відповідно до вашого прохання);

в) розмовні – *a great deal of, a sort of, all told, all over again, and the like, a lot of, as a matter of fact, as well, at best* (багато, подібно до, і після всього сказаного, і знову, і тому подібне, велика кількість, до речі, також, у кращому разі).

3. Відповідно до тематики питань, що розглядаються в ділових листах, ділові стандарти розмежовуються нечітко, тобто є взаємовикористання

різноманітних ділових стандартів, немає стабільного закріплення їх за окремими галузями.

У ділових листах з домінуючою контактною функцією спостерігається розділення ділових стандартів за належністю до стилю мови залежно від підвиду ділового листа цієї групи. Наприклад, у запрошеннях застосовуються здебільшого нейтральні вирази. У привітаннях та подяках представлена також розмовна лексика (кількісно набагато менше), наприклад: *on the one hand, to his mind, and the like, etc.*

Ділові листи із домінуючою функцією впливу мають більш чи менш стабільні показники: в них використовують емоційно нейтральні ділові стандарти. Саме ділові стандарти листів з домінуючою функцією впливу формують кістяк і є характерними одиницями стилю ділових листів.

Головну роль в утворенні спеціальних ділових стандартів відіграють лексичні віхи, які створюють цілі ряди подібних словосполучень-блоків (що теж впливає на частотність спеціальних одиниць лексики). Наприклад, лексичні віхи, подані нижче, входять до стійких словосполучень:

order – *to place an order, an initial order, a purchase order, to ship an order, to send a formal order, confirmation of an order, a trial order, further orders, to increase an order* (замовлення – помістити замовлення, початкове замовлення, замовлення на купівлю, доставити замовлення, надіслати офіційне замовлення, підтвердження замовлення, пробне замовлення, подальші замовлення, розширити замовлення);

to pay – *payment, terms of payment, method of payment, payment under the contract, to make payment, to effect payment, an advance payment, to pay in advance, mail payment* (платити – оплата, умови оплати, метод оплати, оплата згідно з контрактом, проводити оплату, здійснювати оплату, попередня оплата, платити наперед, поштовий переказ);

contract – *terms of contract, parties to a contract, subject of the contract, under contract, an infringement of the contract, contract value* (контракт – умови контракту, сторони контракту, предмет контракту, за контрактом, порушення контракту, сума контракту).

Аналіз лексики ділових листів показав, що не можна виокремити який-небудь шар лексики, характерний для ділових листів як зразків офіційно-ділового стилю. Наприклад, окремо взятий шар науково-технічної або суспільно-політичної термінології, а тим паче повсякденної лексики не створює певних специфічних рис офіційно-ділового стилю (офіційність, директивність, канонічність) без регулярно повторюваних висловів суто офіційного, ділового характеру, якими і є ділові стандарти переважно листів з домінуючою функцією впливу, які обслуговують комерційні угоди.

З іншого боку, ділові стандарти взагалі (нейтральні, книжні, емоційно забарвлені) як такі не є ознакою офіційно-ділового стилю, оскільки вони у великій кількості трапляються в усіх жанрах газетного, наукового стилів та деяких жанрах художньої прози. Важливою є роль стандартів ділових листів. Саме їх наявність і є однією з головних ознак офіційно-ділового стилю ділових листів, яка створює відповідний колорит мови.

За структурним складом спеціальні ділові стандарти можна поділити: 1) іменні; 2) дієслівні; 3) фразові.

Іменні ділові стандарти реалізуються в формулах **N + N**, **N + prep + N**, **A (P) + N**. Наприклад: *a trial order, telephone conversation; confirmation of an order, terms of*

payment, parties to a contract, offer for the goods; an initial order, the lowest prices (пробне замовлення, телефонна розмова; підтвердження замовлення, умови оплати, сторони контракту, пропозиція на товари; початкове замовлення, найнижчі ціни). Дієслівні ділові стандарти представлені формулами **V + N**, **V + prep + N**. Наприклад: *to quote prices, to draw attention, to place an order, to make an offer; to thank for an offer, to pay in advance, to reply to an inquiry* (подавати розцінки, привертати увагу, помістити замовлення, запропонувати; подякувати за пропозицію, платити наперед, відповісти на запит).

Необхідно зазначити, що в спеціальних ділових стандартах обов'язковим є елемент спеціальної лексики ділових листів. У стандартах офіційно-ділового стилю взагалі цей елемент відсутній. Можливо, що спеціальна лексика – це свого роду термінологізовані одиниці з закріпленим єдиним значенням, яке реалізується і функціонує однозначно в певному контексті. Тому термінологізації піддаються також спеціальні ділові стандарти, що призводить до стійкості сполучень і неможливості замінити їх компоненти.

Фразові стандарти використовуються для початку листа та його закінчення. Ці типові формули створюють рамковий рисунок ділових листів, наприклад, для початку листа: *thank you for your letter of, in response to your letter of, we learn from your letter that, your letter proposing...has been considered* (дякуємо за листа від..., у відповідь на Ваш лист від..., з Вашого листа ми дізналися, що..., Ваш лист з пропозицією... розглянуто); для закінчення листа: *we enclose, we are looking forward to hearing from you, your early reply will be appreciated, please inform us in the shortest possible time* (додаємо..., з нетерпінням очікуємо Вашої відповіді, будемо вдячні за швидку відповідь, просимо повідомити нам якомога швидше та ін).

Вони виконують архітектонічну функцію, тобто мовна стандартизація веде до стандартизації на рівні тексту (синтаксичної). Але вони не лише відіграють організаційну роль в рамках всього ділового листа (початок, кінцівка), а й оформлюють однотипові ситуації в діловому листі. Наприклад, для листів, які обслуговують комерційні угоди, характерні такі типові формули: *your letter asking us to... has been considered; in confirmation of our telephone conversation we wish to inform you that...; with reference to our letter of... we wish to inform you that...; we are sorry to have to remind you that...; we offer apologies for the delay in answering your letter; we are surprised to learn from your letter; we cannot accept your point of view for the following reasons...; if we can be of any assistance please do not hesitate to contact us; we assure you that we shall get in touch with organizations concerned without delay, etc.* (Вашого листа з проханням... розглянуто; на підтвердження нашої телефонної розмови повідомляємо, що...; посилаючись на Ваш лист від... повідомляємо, що...; на жаль, змушені нагадати Вам, що...; просимо вибачення за затримку відповіді на Ваш лист; ми з здивуванням дізналися з Вашого листа...; ми не погоджуємося з Вашою думкою з таких причин...; просимо звертатись до нас, якщо Вам потрібна допомога; запевняємо Вас, що ми негайно зв'яжемося з відповідними організаціями та ін.).

Незважаючи на великий обсяг, вони не роблять розуміння тексту важчим, а, навпаки, сприяють ясності викладу та синтаксичній чіткості.

Окремо варто зупинитися на латинських та французьких виразах у лексиці ділових листів, наприклад: *pro rata, pari passu, Post Restante, Re (in re), Force Majeure, Messieurs (Messr.)*. Сфера їх вживання – ділові листи, зазвичай, ті, що

обслуговують комерційні угоди. Роль цих кліше пов'язана з головними ознаками офіційно-ділового стилю – офіційністю, точністю, строгістю.

Про іншомовний характер цих одиниць свідчить той факт, що їх виділяють у тексті шрифтом або підкреслюванням.

Характерним є те, що компоненти подібних одиниць не сприймаються з граматичного погляду (наприклад, *pro* – прийменник, *rata* – род.в. іменника), вся одиниця застосовується в тексті як кліше, як єдине ціле, але іншомовне за природою.

Деякі латинські слова та вирази входять до англійських словосполучень (англійське словосполучення містить латинське слово або словосполучення та англійське). У таких випадках в українських відповідниках може спостерігатися збереження латинського (рідше французького) слова або виразу, його транслітерація або переклад. Наприклад: *Ad hoc expert groups* – спеціальні групи експертів, *ad valorem duties* – адвалерні мита, *ex-gratia payment* – добровільна виплата, виплата *ex-gratia*, *Force Majeure circumstances* – обставини форс-мажору, *Post Restante letter* – лист до запитання.

Отже, ділові стандарти є необхідними одиницями стилю офіційно-ділового викладу, відмова від них значно ускладнила б його розуміння. Традиційність та звичність є тими характерними ознаками, які обов'язково треба мати на увазі щодо питання про спрощення офіційно-ділового стилю. Наявність та розвинутість спеціальних стандартів ділових листів свідчить про рівень розвитку системи офіційно-ділового стилю загалом.

2. КОМПОНЕНТИ СУМІЖНИХ МОВНИХ СТИЛІВ, ЯКІ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ СТИЛІ ЛИСТІВ

Книжна лексика

Аналізуючи взаємодію спеціальної та загальноживаної лексики, можна зробити такі висновки:

1. Спеціальна лексика є стрижнем, навколо якого будується весь діловий лист у лексичному плані з погляду належності до стилю. (Тут розглядаються суто лексичні питання стилю.)

2. Вживання спеціальної лексики перебуває під впливом інших шарів лексики певного стилістичного забарвлення, тобто нейтральної, книжної та розмовної лексики.

Для офіційно-ділового стилю розмовна лексика неприпустима. Основу стилю формує нейтральна лексика. Книжна лексика тут теж присутня, але вона є неоднорідною за характером. Книжна лексика в загальному надає викладові серйозності, ґрунтовності. У ділових листах вона використовується щоб надати текстові директивного характеру та характеру патетичності й урочистості. Втім слід мати на увазі, що однакові шари книжної лексики застосовуються в ділових листах неоднаково продуктивно. На вибір лексики впливають три чинники: вид ділового листа, тематика питання, цільова установка ділового листа (комунікативне завдання).

Для ділового листа висока книжна лексика нехарактерна, хоча цей шар може бути представленим у ділових листах всіх видів. Навіть у діловому листі одного виду є частини тексту, в яких книжна лексика також розмежовується. Висока книжна лексика може бути “розкиданою” по всьому тексту, що надає діловому листу відтінку урочистості, патетичності (залежно від теми).

Ділові листи інформаційного змісту та ділові листи з домінуючою функцією впливу будуються на нейтральній книжній лексиці. Висока книжна лексика їм не притаманна.

Науково-технічна термінологія

Науково-технічна термінологія в ділових листах має свої особливості та функції, які часто відрізняються від її особливостей і функцій в науково-технічній літературі.

Характерним є те, що за кількісним показником науково-технічна термінологія представлена в ділових листах різних видів нерівномірно. Найменше ця лексика представлена в ділових листах з домінуючою контактною функцією, що пояснюється передусім комунікативними завданнями ділових листів цього виду. Цей позалінгвістичний чинник і впливає на співвідношення пластів лексики.

Однією з особливостей науково-технічної лексики ділових листів є вживання в них одиниць здебільшого економічної термінологічної системи. Найбільше це стосується ділових листів з домінуючою функцією впливу, які обслуговують комерційні угоди. Таке використання термінів зумовлюється тематикою питань, які розглядаються в цих ділових листах. У ділових листах, які обслуговують комерційні угоди, можна спостерігати ситуативне закріплення термінології з економіки. Наприклад, у листах-запитах, замовленнях, пропозиціях є ситуація **Payment**, яку можна вважати переважним джерелом поповнення термінології у цих ділових листах. Але кількість цих термінів та їх склад досить постійні, оскільки тематика питань, пов'язаних з оплатою, не потребує розширення термінології. Тут застосовуються такі терміни з галузі економіки: *to pay; expenses; price; discount; terms of payment; transportation costs; letter of credit; to supply; demand* (платити; видатки; ціна; знижка; умови оплати; транспортні видатки; акредитив; постачати; попит).

Дещо рідше в ділових листах, які обслуговують комерційні угоди, вживають одиниці, що стосуються юридичної термінологічної системи. Здебільшого юридичні терміни трапляються в листах-нагадуваннях та рекламаціях. Наприклад: *to take legal action; claims; complaints; fault; infringement; compliance; arbitration; to settle disputes* (звернутись до суду; претензії; скарги; вина; порушення; відповідність; арбітраж; розв'язувати суперечки та ін.). Юридична термінологія може бути представлена як по ситуаціях, так і в усьому тексті ділового листа. Однак більш характерними є ситуації з переважанням юридичної термінології.

Отже, терміни, представлені в ділових листах, є лише частиною тієї чи іншої термінологічної системи. Важливо зазначити, що, по-перше, цей елемент стилю в мові ділових листів більш чи менш постійний і, по-друге, система стилістичних засобів ділових листів відкрита, тобто залежно від функції ділового листа можуть втягуватись нові групи однієї термінологічної системи або одиниці взагалі нових для цього стилю термінологічних систем.

Для ділових листів особливого значення набувають поряд з різновидом термінології (за сферою застосування, структурним складом) особливості її застосування. Залежно від виду ділового листа терміни мають різні особливості функціонування. Аналіз ділових листів з домінуючою функцією впливу показав, що тут термінологічний шар лексики, його функціонування пов'язані передусім з видовими особливостями, а не з тематичним змістом ділового листа. Саме цей факт пояснює кількісне співвідношення шарів лексики в цій групі ділових листів.

Незалежно від тематичної спрямованості організації, незалежно навіть від тематики ділового листа кількісно термінологія буде займати останнє місце (порівняно зі спеціальною лексикою).

Термін у ділових листах не розкриває особливостей цього поняття, не встановлює його зв'язків з іншими. Єдиною його функцією в досліджуваній групі ділових листів є називання, причому це називання здійснюється, радше, не з науковою, а з інформативною метою. Наприклад:

Dear Sirs,

We thank you for your letter of 5th Jan. enclosing your latest leaflet of the new model of Harvester.

We have decided to place a trial order with you for 3 Harvesters.

As to the delivery date we agree that they should be shipped 2 months after your confirmation of the order.

Payment will be made by Irrevocable Letter of Credit, valid till 15th April. Your invoice should include CIF Vinnitsa, and the amount of our credit is sufficient to cover this and your bank commission.

Yours faithfully,

Розглянувши цей лист-запит, можна констатувати, що його тлом є діловий виклад. Увага в ньому концентрується не на значенні термінів. Вони ніби допоміжний інструмент для з'ясування загальних тверджень. Для читання і розуміння таких ділових листів спеціальні знання в цій галузі науки не є обов'язковими.

Отже, аналіз матеріалу за трьома шарами лексики ділових листів показав, що їх функціонування та специфічні особливості застосування залежать від виду, тематичного змісту ділового листа та його комунікативних завдань.

3. СКОРОЧЕННЯ ТА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ СКЛАДНИХ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ

Оскільки важливою стилістичною ознакою ділових листів є ясність, наявність скорочених одиниць в них може сприйматися як явище, що суперечить цьому. Але є суттєві причини, які зумовлюють це явище. Одні дослідники пояснюють скорочення законом найменшого зусилля та економії мовних засобів [26], інші – прагненням до моносилабізму [18, с.183], треті не вважають економію причиною скорочень [2, с.8].

На думку М.І. Мостового, пропущення якоїсь частини слова походить від явища узагальнення і належить до чинників мовної економії [14, с.41].

У ділових листах головною причиною скорочення лексичних одиниць є економія. Їх лаконізм дає змогу збільшити кількість інформації, що передається в діловому листі, не збільшуючи його обсягу. Це особливо важливо, оскільки саме ясність і точність вимагають повноти інформації. Спрощуючи репрезентацію матеріалу, скорочення полегшують сприйняття основного змісту в діловому листі.

У цілому в діловому листі представлені всі види скорочень [8, с.85]. Але можна виокремити групи скорочень, які найчастіше трапляються і є типовими для ділових листів як зразка офіційно-ділового стилю:

1. **Графічні скорочення.** Серед них можна виокремити скорочення, які складаються з великих літер (переважно, це географічні назви – назви країн: *CA (Canada), FR (France), IT (Italy)* або їх адміністративних одиниць (наприклад, штатів): *AL (Alabama), CO (Colorado), ID (Idaho)*); з великих і малих літер (*Ref –*

reference, Attn – attention, Co – company, Dept - department); з малих літер (*ad – advertisement, contr. – contract, inv. – invoice*).

Графічні скорочення переважно моносемантичні, наприклад: *memo – memorandum* (меморандум). Проте серед скорочень спостерігається як омонімія, так і синонімія. Наприклад: *Av – average* (середнє число) або *avenue* (авеню), *in – inches* (дюйми) або *interest* (відсоток); *a/c* або *acct – account* (рахунок), *advt* або *ad – advertisement* (оголошення, реклама), *bsh* або *bus – bushel* (бушель), *Comp., Cy.* або *Co – company* (товариство, компанія).

Щодо форми скороченої частини розрізняємо три типи скорочень: кінцеве (апокопу), серединне (синкопу) і початкове (аферезу) [14, с.43].

В англійській мові взагалі, а особливо в ділових листах переважає скорочення кінцевої частини слова (апокопа). М.М. Сегаль пояснює велику частоту вживання апокоп в англійській мові тим, що, за дослідженням психологів, саме початковий компонент слова залишається в пам'яті, особливо, якщо цей компонент є наголошеним і утворює корінь слова [19, с.228].

Скорочення, в яких спрощується серединна частина форми, складають слова, що зберігають кінцевий приголосний, особливо той, що вказує на граматичну форму слова наприклад: *dd – dated, adsd – addressed, arts – articles, bxs – boxes, etc.*

Скорочення початкової частини слова (афереза) у ділових листах не застосовується.

2. **Ініціальні та змішані скорочення.** Із лексичних скорочень (синтаксичних та морфологічних) у ділових листах широко представлений їх другий тип – морфологічний. Морфологічні скорочення поділяються на усічення, ініціальні та змішані аббревіації. Із змішаного типу скорочень трапляються скорочення, створені в результаті одночасного застосування усічення та ініціальної аббревіації, а також частково скорочені слова.

В ініціальних скороченнях можна відзначити деякі специфічні особливості з огляду на їх зовнішню структуру та зв'язки з корелятом. Процес акронімії відносно довільний, якщо розглядати його з погляду того, які елементи корелята беруться для утворення акроніма [6, с.177]. Підтвердженням цього є ті скорочені назви, в яких упускається той чи інший компонент. Цьому явищу сприяє прагнення до зменшення кількості знаків у скороченні. Зі скорочення, зазвичай, виключають всі прийменники, наприклад: *B/E – bill of exchange, L/A – letter of authority, L.C. – letter of credit, D/P – documents against payment* (перевідний вексель, довіреність, акредитив, документи за готівковий розрахунок). У деяких випадках з метою благозвучності прийменники та сполучники (особливо ті, які починаються з голосного) репрезентуються в скороченнях: *LOC – letter of commitment, FOB – free on board, CAF – cost and freight, FAS – free alongside ship, C.O.D. – cash on delivery*. Найчастішими елементами в цих скороченнях є прийменник **of** та сполучник **and**. Рідше трапляються прийменники **in** та **on**.

Як й інші європейські мови, англійська мова має значну кількість скорочених запозичень із латинської мови, які іноді читаються не як латинські слова, а замінюються на англійські відповідники, наприклад: *ad val. – ad valorem* (з об'явленої цінності), *ca – circa* (приблизно), *e.g. – exempli gratia – for example* (наприклад), *p.p. – per pro* (від імені). Скорочення такого типу можуть походити з власної мови: *m.e. – most excellent* (винятково), *a.w. – actual weight* (фактична вага).

Окремі скорочення набули певних правил читання. У написанні адреси скорочують, наприклад, усі назви штатів США; це скорочення суто графічні, як і назви авеню і бульварів, проте в усному мовленні ці назви вимовляються повністю: *N.Y. – New York, Ave. – avenue, bould – boulevard*. Скороченнями цього типу є також скорочення назв місяців у написанні дати в діловому листі: *Jan. – January, Sept. – September, etc.*

У написанні офіційних назв компаній трапляються такі скорочення, які читають повністю: *ltd. – limited liability company, plc – public limited liability company, Inc., Corp. – corporation having limited liability, Co – company*.

Службові слова переважно не скорочують, за винятком сполучника *and*, що зводиться до позначення *&*; комерційного *at – @* та позначки *# (number)*.

Отже, лексику ділових листів представлено трьома шарами: загальноновживана, специфічна лексика та науково-технічна термінологія. Вони тісно взаємопов'язані й кількісне співвідношення елементів кожного шару взаємообумовлено. Лексичні включення, які належать до інших стилів, у мові ділових листів набувають певної специфіки, що пов'язано з їх застосуванням у незвичному оточенні. Головна роль у створенні офіційно-ділового колориту на рівні лексики належить лексичним засобам ділових листів із домінуючою функцією впливу.

Мова ділового листа характеризується логічними зв'язками поміж пропозиціями. За сучасних суспільних умов у мові ділового листа окреслюється тенденція до спрощення пропозицій, чітка офіційна мова, яка впливає на створення позитивного образу адресанта в очах одержувача, а також виражено-раціональним вживанням термінів, скорочень та слів іншомовного походження.

Причинами функціонування скорочень у ділових листах можуть бути такі: економія текстового матеріалу (сприяє збільшенню обсягу інформації), його спрощення (призводить до полегшеного сприйняття головного текстового матеріалу). Для мови ділових листів характерними є такі типи скорочень: графічні (ті, що складаються з великих літер, великих та малих і лише малих літер), ініціальні та змішані. Кількість скорочень залежить від виду ділового листа (у ділових листах із домінуючою функцією впливу їх більше, ніж в ділових листах з домінуючою контактною функцією).

Подальші розвідки у галузі лексико-семантичних особливостей передбачають перспективу досліджень текстів різних жанрів, подальші дослідження ж лексики ділових листів можуть пролягти в напрямку розгляду загальноділової лексики за синтаксичними, морфологічними та семантичними критеріями.

1. Аверьянова Л.В. Деловой английский. Банковская переписка. М., 1998.
2. Алексеев Д.И. Стилистические особенности буквенных аббревиатур и сложносокращенных слов. // Вопросы стилистики. Тез. доклада на межвуз. научн. конф., 1962.
3. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М., 1973.
4. Аспекты общей и частной лингвистической теории текста [Н.А. Слюсарева, Н.Н. Прошина, А.И. Новиков и др.; редкол.: Н.А. Слюсарева (отв. ред.) и др.]. М., 1982.
5. Богуславский В.М. В защиту делового штампа. // Русская речь, 1968, № 6.
6. Борисов В.В. Аббревиации и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках. М., 1972.
7. Василенко И.В. Прагматические аспекты семантики предложения. // Вісник Київ. ун-ту, 1982, № 16.
8. Волошин Е.П. Аббревиатуры в лексической системе английского языка. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1966.
9. Гельгардт Р.Р. О стилистических категориях. // Вопросы языкознания, 1968, № 6.
10. Зорина Т.П. Лингвистическая характеристика современной коммерческой корреспонденции как жанра делевой прозы. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1971.
11. Калюжная В.В. Стилль англоязычных документов

международных организаций. К., 1982. 12. *Колшанский Г.В.* Контекстная семантика. Отв. ред. Ю.С. Степанов. М., 1980. 13. *Леонтьев А.А.* Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1984. 14. *Мостовий М.І.* Лексикологія англійської мови. Харків, 1993. 15. *Нижникова Л.В.* Письмо как вид текста. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Одесса, 1991. 16. *Пилипенко Р.С.* Комунікативно-функціональні особливості сучасного німецького ділового листа.: Автореф. дис. ... канд. філол. наук. К., 1997. 17. *Розен Е.В.* О некоторых клише немецкой устной речи. // Иностранные языки в школе, 1961, № 4. 18. *Сапогова Л.И.* О причинах сокращения в английском языке. // Сборник работ аспирантов Воронежского ун-та. Воронеж, 1987. Вып.3. Ч.2. 19. *Сегаль М.М.* Аббревиатуры в современном английском языке. // Ученые записки ЛГПИ им. А.И. Герцена. Л., 1962. 20. *Стриженко А.А.* Об особенностях организации текстов, относящихся к разным функциональным стилям. Иркутск, 1985. 21. *Шахмалова Н.А.* Сучасна ділова англійська мова. К., 2000. 22. *Шевченко О.Л.* Семантические модели косвенных побудительных предложений в современном английском языке. // Вісник Київ. ун-ту, 1985, № 19. 23. *Brinker Klaus.* Linguistische Textanalyse. Berlin, 1988. 24. *Quine W.O.* Word and object. N.Y., 1990. 25. *Roman, Kenneth, Raphaelson, Joel.* Writing that Works: How to Improve your Memos, Letters, Reports, Speeches, Resumes, Plans and other Business Papers. – 2nd Ed., revised, enlarged and updated. N.Y., 1992. 26. *Ziph A.K.* Human behavior and principle of least effort. Cambridge, 1994.

The article deals with lexical and semantic peculiarities of the language of business letters. The language of business letters must be formal, polite, tactful and in the same time brief, distinct and relevant. The text of a business letter is determined by the subject of the text activity itself, i.e. by the sender's communicative intention. Vocabulary used in business letters is not homogenous as according to the sender's communicative intention and predominant subject of the letter we distinguish three communicative types of business letters:

1. Business letters with the predominant function of influence.
2. Business letters performing the predominant informative function.
3. Business letters with the predominant contact function.

The vocabulary of business letters of all kinds is represented by everyday vocabulary, special vocabulary characteristic of the official business style in general and of business letters in particular and scientific vocabulary. Abbreviations used in business letters are also analyzed and illustrated. The main reasons for using abbreviations in business letters is language economy.

Key words: vocabulary, sender's communicative intention, predominant subject, special vocabulary, business standards.