Полякова Н. В. Языковая идентичность делового электронного письма (на материале французского и английского языков) / Н. В. Полякова, Н. А. Скитина, В. П. Шабанова // Научный диалог. — 2018. № 10. — С. 118—129. — DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-118-129.

Poliakova, N. V., Skitina, N. A., Shabanova, V. P. (2018). Language Identity of Online Business Correspondence (on Material of the French and English Languages). *Nauchnyy dialog. 10:* 118-129. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-118-129. (In Russ.).



УДК 81'272:651.92

DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-118-129

# Языковая идентичность делового электронного письма (на материале французского и английского языков)

© Полякова Наталия Владимировна (2018), orcid.org/0000-0002-3695-6181, Researcher ID L-8709-2017, SPIN-code 5949-8174, кандидат филологических наук, доцент, Московский государственный областной университет (Москва, Россия), movistar\_82@hotmail.com. © Скитина Нина Александровна (2018), orcid.org/0000-0001-7523-9946, Researcher ID L-7555-2018, SPIN-code 5941-7560, кандидат филологических наук, доцент, Московский государственный областной университет (Москва, Россия), Skitina@ya.ru. © Шабанова Вероника Петровна (2018), orcid.org/0000-0001-8090-9238, SPIN-code 9856-4440, кандидат филологических наук, доцент, декан факультета романо-германских языков Института лингвистики и межкультурной коммуникации, Московский го-

сударственный областной университет (Москва, Россия), vp.shabanova@mgou.ru

Настоящая статья посвящена сравнительно-сопоставительному анализу особенностей франкоязычной и англоязычной деловой переписки в интернет-среде. Нерешенность вопроса интернационализации и идентичности письменного делового дискурса объясняется тем, что интернет-среда и связанные с ней социальные, культурные и технологические изменения оказывают устойчивое влияние на язык, регулярно модифицируя его. В статье рассматриваются основные теоретические положения, относящиеся к определению статуса термина интернет-коммуникация и феномена языковой идентичности в современных лингвистических штудиях. Цель работы заключается в выявлении языковых особенностей конструирования идентичности в текстах деловых электронных писем в современном французском и английском языках с учетом национально-культурной и социолингвистической специфики делового общения. Реализация поставленной цели предопределила задачи исследования: обоснование понятий «интернет-коммуникация» и «языковая

идентичность»; выделение и описание частотных языковых структур, определяющих специфику электронного письма в двух культурах. Исследование проводилось на материале электронной корреспонденции двух языков, представленном как в открытом доступе, так и в зарубежных учебных пособиях. В ходе исследования были выделены идентичные векторы развития стилистических форм сравниваемых языков в текстах деловых электронных писем, в частности, снижение степени формализации текстов деловой переписки в интернет-среде.

Ключевые слова: стилистические формы; язык; идентичность; интернет-коммуникация; деловое общение; дискурс; языковая интернационализация.

#### 1. Ввеление

Настоящая статья посвящена изучению способов выражения языковой идентичности во французской и английской деловой Интернет-коммуникапии.

Актуальность работы определяется, прежде всего, возросшим интересом к проблемам идентичности в условиях всемирной экономической, политической и культурной интеграции, а также в связи с развитием компьютерных технологий. Нельзя не согласиться с тем фактом, что обмен информацией в электронной форме открывает принципиально новые возможности для общения (оперативность и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях), вызывая тем самым интерес у языковедов.

Недостаточная изученность функционально-прагматических и стилевых особенностей деловой Интернет-коммуникации, необходимость изучения экстралингвистических факторов, оказывающих влияние на деловое общение, обусловливают интерес к избранной теме.

Объектом исследования в настоящей статье является французский и английский деловой дискурс в Интернет-коммуникации; предметом — способы формирования языковой идентичности в деловой Интернет-коммуникации на французском и английском языках.

Цель статьи — выявить языковые особенности конструирования идентичности в текстах деловых электронных писем в современном французском и английском языках с учетом национально-культурной и социолинг-вистической специфики делового общения.

В качестве материала для исследования на французском языке были использованы тексты Интернет-ресурсов, написанные франкоязычными жителями России и Франции. Корпус англоязычных электронных писем в большом объеме представлен на сайте американской энергетической корпорации «Энрон» [Enron-mail], где собрана переписка ее сотрудников, которая оказалась в открытом доступе вследствие судебного разбирательства в связи с фальсификацией финансовой отчетности.

Также были использованы тексты писем из учебных пособий следующих зарубежных авторов: L. Bas, C. Hesnard "La correspondance commerciale française" [Bas et al., 2007], R. Kadyss, A. Nishimata "Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs" [Kadyss et al., 2011], A. Nishimata "Savoir rédiger les e-mails professionnels" [Nishimata, 2011], J. Dugger "Business Letters for Busy People" [Dugger, 2002], R. Bly "Letter Writing Handbook" [Bly, 2004], A. Littlejohn "Company to Company" [Littlejohn, 2005].

## 2. Интернет-коммуникация как среда для реализации языковой идентичности

Взаимодействие с применением современных Интернет-технологий получило название Интернет-коммуникации. Однако исследование научной литературы по данной проблеме свидетельствует о разнообразии терминов, употребляемых учеными. Так, помимо термина интернет-коммуникация [Горошко, 2012; Буторина, 2013], можно встретить такие термины, как виртуальная коммуникация [Бергельсон, 2002], виртуальный дискурс [Лутовинова, 2009], сетевой дискурс [Моргун, 2002], электронное общение / электронная коммуникация [Рязанцева, 2010], компьютерно-опосредованная коммуникация [Щипицина, 2010], и др.

Выбор термина *коммуникация* представляется наиболее точным; им обозначается «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении в различных дискурсах (от персонального до институционального)» [Горошко, 2012, с. 25].

Подходы к трактовке термина *интернет-коммуникация* также весьма разнообразны. Так, сторонники когнитивно-семантического подхода к интернет-общению, например, Е. С. Кубрякова, определяют его как «когнитивный процесс, направленный на реальное речепроизводство, создание речевого произведения, текст же рассматривается как конечный результат процесса коммуникативной деятельности, принимающей в результате определенную законченную фиксированную форму» [Кубрякова, 2012, с. 9—10].

Структуралисты и постструктуралисты, в частности, Ю. С. Кристева, указывают на то, что способ коммуникации всецело предопределяет и мотивирует саму обусловленную чаще всего личными интересами (к музыке, спорту, литературе, туризму и т. п.) сферу интернет общения, а также порождаемые им социальные институты [Кристева, 2015, с. 427—457].

Мы будем понимать под термином *интернет-коммуникация* форму социального взаимодействия, при котором передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Всё это задаёт множественность контекстов взаимодействия, в частности — делового, и открывает новые возможности для исследования различий между культурными традициями в деловой сфере [Hofstede et al., 2010].

Исследователи интернет-коммуникации выделяют следующие её характерные черты:

- электронная форма существования текста;
- гипертекстуальность;
- мультимедийность;
- интерактивность;
- синхронность / асинхронность;
- вариативность количества и эксплицированности коммуникантов.

Все эти новые условия коммуникации оказывают влияние как на узуальное использование языковых средств в дискурсивных практиках и текстах, так и на систему языка, его конвенции и нормы. Тем самым интернет-коммуникация образует среду для реализации языка, которая не имеет аналогов. «Вербальное общение <...> является системообразующим признаком Интернета как социальной реальности» [Горошко, 2012, с. 31].

В настоящее время проблеме выражения, изменения и развития идентичности в языке уделяется большое внимание.

С этой точки зрения тексты электронных деловых писем представляют несомненный интерес для исследования феномена идентичности.

Д. Йозеф называет феномен идентичности языковым, так как восприятие человека определяется в большей степени тем, что и как кто-то говорит о себе самом или о ком-то другом [Joseph, 2004, с. 11—12]. Ф. Коулмас также показывает тесную связь идентичности с языком: «Язык является самой четкой и мощной системой символов, которая показывает вовне причастность к группе и создает ее внутри» [Coulmas, 1985, с. 47]. Согласно К. Тим-Мабрей, язык — «средство самовыражения, репрезентации своей идентичности, созданное самим человеком: посредством выбора, использования и выборочного преобразования языковых средств и методов» [Thim-Mabrey, 2003, с. 3].

Другими словами, на основе анализа использованных в тексте языковых средств, а также текста в целом можно сделать вывод о том, как выражается культурная идентичность и какими свойствами она обладает.

### 3. Языковые средства выражения идентичности в текстах деловых электронных писем

Web-среда оказывает несомненное влияние на характер современной деловой коммуникации, дифференцируя и усложняя систему способов выражения языковой идентичности. По сравнению с деловыми текстами на бумажных носителях деловые интернет-тексты претерпевают заметные трансформации. Деловое общение в сети более динамично, тексты в нём зачастую ограничены размером экрана ноутбука или смартфона, поэтому оно в гораздо меньшей степени ритуализировано, а в большей степени ориентировано на принятие быстрых решений.

Скорость обмена информацией при интернет-коммуникации приводит к изменениям делового текста, к его упрощению, особенно если речь идет о переписке внутри компании. Зачастую размер делового письма сокращается до размера реплики в устном диалоге. Экономия языковых средств осуществляется за счёт опущения этикетных формул при обращении, особенно при быстрых ответах. Из заключительных формул вежливости чаще всего используются следующие:

- Cordialement, Très cordialement, Salutations respectueuses, Amicalement на французском языке;
- Regards, Best wishes, Kind regards, Warm regards, Respectfully, Cheers, Take care на английском языке.

Стоит отметить, что в настоящее время все слова в английских формулах прощания пишутся со строчной буквы. В 2014 году главный редактор образовательного портала журнала «Forbes» С. Адамс в статье «89 Ways To Sign Off On An Email» привёл 89 способов закончить электронное письмо, в 7 из которых все слова начинались с заглавной буквы: *My Best, All Best, Best Regards, Warm Regards, Yours Truly, Very Truly Yours, Sincerely Yours*. Автор отмечает высокопарность и формальность подобных языковых средств [Adams, 2014].

Анализ фактического материала показал, что при ответе на деловое письмо отправители наиболее часто используют следующие конструкции (табл. 1):

Из заключительных формулировок чаще всего встречаются следующие (табл. 2):

Перечислим далее основные оформительские характеристики электронного делового письма в современном французском и английском языках.

1. Важная информация зачастую выделена другим шрифтом или цветом.

Таблица 1 Начальные клише ответов на деловое письмо

Французский язык		Английский язык
En réponse à votre e-mail	cité en référence	I'm writing regarding/ to enquire about/ in reference/ to
Pour répondre à votre e- mail	susmentionné	I wanted to follow up on
Par e-mail	rappelé en référence	I would like to ask about
J'ai été saisi Vous m'avez saisi	d'une question relative à d'une question concernant	With reference to
Vous avez appelé	mon attention	Just a short note about Just a note to
Vous avez bien voulu	m'informer de me faire connaître que me signaler appeler mon attention sur	Re: your email
Il m'a été signalé		I'm getting back to you about

Таблица 2 Заключительные клише ответов на деловое письмо

Французский язык		Английский язык
Je vous prie	de vouloir bien (supérieur à un	Regards,
Je vous saurais gré	inférieur)	Best regards,
Je vous serais	de bien vouloir	Kind regards,
reconnaissant		Fond regards,
Je vous serais obligé		
Vous voudrez bien	prendre toutes dispositions pour veiller à	Cordially yours,
Je vous demande de	presenter / soumettre à mon	Respectfully yours,
Je vous invite de	approbation	Sincerely yours,
	présenter à mon appréciation	
	soumettre à l'appréciation	
Je vous convie à	présenter à la signature de	Cordially,
Je vous engage à	soumettre à la signature de	Best,
	rendre compte de	Cheers,
J'attache	du prix à	Thanks,
	le plus grand intérêt	
Je me réserve		
Je décide que		
Je désire que		

2. На важность письма нередко указывают слова *Très urgent, Très important, Ultra important* или специальные знаки (восклицательный знак, флажок). В английской деловой корреспонденции слова *Urgent* и *ASAP* воспринимаются отрицательно и считаются проявлением грубости. Предпочтительно использовать фразу *Client Needs Response Today*.

На сегодняшний день одной из тенденций в развитии французского языка делового общения является использование заимствованной лексики, см. более подробно [Poliakova et al., 2017, р. 107—110]. Значительную часть заимствований составляют термины, относящиеся к сферам экономики, менеджмента, маркетинга, рекламы. Данные заимствования имеют, как правило, англоязычное происхождение: le business, le meeting, le sourcing, le feedback, l'output, le workshop, le stock, customer-friendly и др. От некоторых заимствований были образованы производные прилагательные, существительные, глаголы с французскими аффиксами, например, drafting, wording, rating, pitcher, updater, cruncher, pricer и др.

Кроме того, в электронной деловой переписке последних лет прослеживается тенденция к использованию многочисленных англоязычных за-имствований в виде аббревиатур, вопреки тому факту, что аббревиатуры не приветствуются в деловом письме [Скуратов и др., 2017, с. 75—80], например:  $le\ MoU\ ("memorandum\ of\ understanding"),\ une\ CP\ ("condition\ precendent"),\ le\ MoM\ ("minute\ of\ meeting"),\ LMK\ (англ. "Let\ me\ know" встречается в конце письма вместо французской формулировки "Tiens-moi au courant"), <math>EOB\ ("End\ of\ Business" = "Fin\ de\ la\ journée")\ и\ др.$ 

В электронных письмах на английском языке все чаще используется аббревиатура FYI (for your information), которая сигнализирует читателю о новой важной для него информации. Зачастую сокращаются имена в переписке: Perhaps we can see if B. is available to attend the meeting instead of you.

Употребляются разговорные, сленговые, не свойственные официальной деловой речи слова и выражения. Например:

- (a) Il faut qu'on fasse du ice broken avec le client... (qu'on brise la glace, qu'on améliore les relations);
  - (б) C'est une win-win situation (c'est une situation gagnant- gagnant);
  - (B) Ok, c'est dans le pipe (c'est en cours).
- В электронных письмах используются неформальные сокращения. Так, shd (should), tnks & rgds (thanks and regards), BH (bank holiday), HQ (Headquarters) считаются сленговыми единицами и, безусловно, не являются нормативными в деловом дискурсе.

В ходе анализа английской корреспонденции Британской телекоммуникационной компании, которая собрана в одноименном лингвистическом

корпусе, британский ученый Р. Мортон (Ralph Morton) установил, что обращение Sir исчезает из деловой интернет-коммуникации. Большая часть писем открывается обращением, образованным по модели «Dear + ums» [Morton, 2017]. Причем даже такие письма уже относятся к разряду формальных. Все чаще современные письма начинаются со слов Hello, Hi за которыми следует имя адресата. В этой же работе было отмечено количественное преобладание местоимения we над I. Автор сообщения пишет от лица компании, выполняя функцию посредника, желая тем самым разграничить личные и общественные сферы общения, отстраняясь эмоционально от содержания письма.

#### 4. Заключение

Таким образом, можно отметить, что исследование языковых особенностей конструирования идентичности в текстах деловых электронных писем в современном французском и английском языках является, несомненно, продуктивным. Выявленные характерные черты свидетельствуют о том, что тексты деловой интернет-коммуникации в двух языках во многом сближаются с текстами разговорной речи на деловую тематику. Это объясняется прежде всего высокой скоростью интеракции при коммуникации в Web-среде.

Дэвид Кристал, автор известной работы «The Cambridge Encyclopedia of the English Language», подчеркивает, что языковая интернациональность и идентичность в настоящее время вступают в противоречие друг с другом, и развитие английского языка зависит от того, в чью пользу противоречие будет разрешено [Crystal, 1997, с. 110].

Эффективное решение задачи возможно лишь тогда, когда она вписана в картину мира деловых партнёров. Люди разных культур не всегда понимают причины решений и действий деловых партнёров, что ведёт к непониманию, а иногда и конфликтам. Сигналы идентичности нередко помогают выявить точки пересечения интересов и возможностей.

#### Литература

- 1. *Бергельсон М. Б.* Языковые аспекты виртуальной коммуникации / М. Б. Бергельсон // Вестник Московского государственного университета. Серия 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 1. С. 55—67.
- 2. *Буторина Е. П.* Русский язык в деловой интернет-коммуникации / Е. П. Буторина. Москва : Академия Естествознания, 2013. 206 с.
- 3. *Горошко Е. И.* Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: коллективная монография. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 9—52.

- 4. *Кристева Ю. С.* Семиотика: исследования по семанализу / Ю. С. Кристева. —Москва: Академический проект, 2015. 285 с.
- 5. *Кубрякова Е. С.* В поисках сущности языка: когнитивные исследования / Е. С. Кубрякова. Москва : Знак, 2012. 203 с.
- 6. *Путовинова О. В.* Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : диссертация ... доктора филологических наук / О. В. Лутовинова. Волгоград, 2009. 519 с.
- 7. *Моргун Н. Л.* Научный сетевой дискурс как тип текста : диссертация ... кандидата филологических наук / Н. Л. Моргун. Тюмень, 2002. 289 с.
- 8. *Рязанцева Т. И.* Гипертекст и электронная коммуникация / Т. И. Рязанцева. Москва : ЛКИ/URSS, 2010. 256 с.
- 9. *Скуратов И. В.* Политика франсизации англоязычных заимствований (на материале прессы) / И. В. Скуратов, Н. В. Полякова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2017. № 4 (20). С. 75—80.
- 10. *Щипицина Л. Ю.* Компьютерно-опосредованная коммуникация : Лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. Москва : КРАСАНД, 2010. 296 с.
- 11. *Adams S.* 89 Ways to Sign off on an Email [Electronic resource] / S. Adams // Forbes. 2014. Access mode: https://www.forbes.com/sites/susanadams/2014/10/08/89-ways-to-sign-off-on-an-email/#e50a122177e8.
- 12. Bas L. La correspondance commerciale française / L. Bas, C. Hesnard. Nathan éditions, 2007. 160 p.
- 13. *Bly R*. Letter Writing Handbook. Webster's New World / R. Bly. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, 2004. 584 p.
- 14. *Coulmas F.* Sprache und Staat: Studien zur Sprachplanung und Sprachpolitik / F. Coulmas // Sammlung Goschen. Berlin; New York: Walter de Gruyter, 1985. Band 2501. P. 47.
- 15. *Crystal D*. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D. Crystal. Cambridge: University Press, 1997. 489 p.
- 16.  $Dugger\ J$ . Business Letters for Busy People / J. Dugger. Career press,  $2002.-288\ p$ .
- 17. Enron-mail [Electronic resource]. Access mode : http://www.enron-mail.com/email/.
- 18. *Hofstede G*. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede, G. J. Hofstede, M. Minkov. McGraw-Hill Irwin, 2010. 578 p.
- 19. *Joseph J. E.* Language and Identity. National, Ethnic, Religious / J. E. Joseph. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2004. P. 11—12.
- 20. *Kadyss R*. Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs / R. Kadyss, A. Nishimata. Gualino éditeur, 2011. 220 p.
- 21. Littlejohn A. Company to Company / A. Littlejohn. Cambridge university press, 2005. 128 p.
- 22. Morton R. Public Archieves as a source of historical linguistic data: the construction and analysis of the British Telecom Correspondence Corpus [Electronic

- resource] / R. Morton. Access mode : https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/28155/1/paper275.pdf.
- 23. *Nishimata A*. Savoir rédiger les e-mails professionnels, coll. En Poche / A. Nishimata. Gualino éditeur, 2011. 215 p.
- 24. *Poliakova N.* Les caractéristiques lexicales du langage professionnel en français / N. Poliakova, B. Bervialle // Романские языки в синхронии и диахронии : межвузовский сборник научных трудов. Москва, 2017. С. 107—110.
- 25. *Thim-Mabrey* Ch. Problemaufriss aus sprachwissenschaftlicher Sicht / Ch. Thim-Mabrey // Sprachidentitat Identitat durch Sprache. Tubingen: Gunter Narr Verlag, 2003. P. 1—18.

## Language Identity of Online Business Correspondence (on Material of the French and English Languages)

- © Poliakova Nataliia Vladimirovna (2018), orcid.org/0000-0002-3695-6181, Researcher ID L-8709-2017, SPIN-code 5949-8174, PhD in Philology, associate professor, Department of Romance Philology, Faculty of Romance and Germanic Languages, Moscow State Region University (Moscow, Russia), movistar 82@hotmail.com.
- © Skitina Nina Aleksandrovna (2018), orcid.org/0000-0001-7523-9946, Researcher ID L-7555-2018, SPIN-code 5941-7560, PhD in Philology, associate professor, Department of Theory and Practice of the English Language, Moscow State Region University (Moscow, Russia), Skitina@ya.ru.
- © Shabanova Veronika Petrovna (2018), orcid.org/0000-0001-8090-9238, SPIN-code 9856-4440, PhD in Philology, associate professor, Dean of the Faculty of Romance and Germanic Languages, Institute of Linguistics and International Communication, Moscow State Region University (Moscow, Russia), vp.shabanova@mgou.ru

The article discusses the findings of the comparative analysis of online business correspondence in the Russian and English languages. The issue of written business discourse internationalization and identity is still unsettled, as Internet environment and attributed to it social, cultural and technological changes influence the language, regularly modifying it. The authors examined basic theories related to the study of the terms Internet communication and language identity in modern linguistic studies. The aim of the article is to identify linguistic peculiarities of expressing identity in business e-mails in modern French and English, taking into account national-cultural and sociolinguistic aspects of business communication. To achieve this goal the following research objectives were set: study the concepts of Internet communication and language identity; select and describe frequent language structures that determine the specifics of e-mails in two cultures. The findings were derived from e-mails presented both in the public domains and in foreign textbooks. In the course of the study identical vectors of development of stylistic forms of the compared languages were identified. Decrease in the degree of formality is observed in online business correspondence, which is manifested through the use of colloquial and slang expressions. Traditional opening formulas of address such as Sir and Dear are often replaced with Hello and Hi. Moreover, in English e-mails pronoun we is becoming more frequent. Nowadays, one of the trends in the development of the French language of business communication is the use of borrowings from the English language which signals about the internalization of online business correspondence.

Key words: stylistic devices; language; identity; Internet communication; business communication; discourse; language internalization.

#### References

- Adams, S. (2014). 89 Ways to Sign off on an Email. In: *Forbes*. Available at: https://www.forbes.com/sites/susanadams/2014/10/08/89-ways-to-sign-off-on-anemail/#e50a122177e8.
- Bas, L., Hesnard, C. (2007). *La correspondance commerciale française*. Nathan editions. (In French).
- Bergelson, M. B. (2002). Yazykovyye aspekty virtualnoy kommunikatsii. *Vestnik MGU. Seriya 19, Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya, 1:* 55—67. (In Russ.).
- Bly, R. (2004). *Letter Writing Handbook. Webster's New World*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing.
- Butorina, E. P. (2013). *Russkiy yazyk v delovoy internet-kommunikatsii*. Moskva: Akademiya Estestvoznaniya. (In Russ.).
- Coulmas, F. (1985). Sprache und Staat: Studien zur Sprachplanung und Sprachpolitik. In: Sammlung Goschen. 2501. Berlin; New York: Walter de Gruyter. (In Germ.).
- Crystal, D. (1997). *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. Cambridge: University Press.
- Dugger, J. (2002). Business Letters for Busy People. Career press.
- Enron-mail. Available at: http://www.enron-mail.com/email/.
- Goroshko, E. I. (2012). Sovremennaya internet-kommunikatsiya: struktura i osnovnyye parametry. In: *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya: kollektivnaya monografiya*. Moskva: FLINTA: Nauka. 9—52. (In Russ.).
- Hofstede, G, Hofstede, G. J., Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill Irwin.
- Joseph, J. E. (2004). *Language and Identity. National, Ethnic, Religious*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan. 11—12.
- Kadyss, R., Nishimata, A. (2011.). Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs. Gualino éditeur. (In French).
- Kristeva, Yu. S. (2015). *Semiotika: issledovaniya po semanalizu*. Moskva: Akademicheskiy proekt. (In Russ.).
- Kubryakova, E. S. (2012). V poiskakh sushchnosti yazyka: kognitivnyye issledovaniya. Moskva: Znak. (In Russ.).
- Littlejohn, A. (2005). Company to Company. Cambridge university press.
- Lutovinova, O. V. (2009). Lingvokulturologicheskiye kharakteristiki virtualnogo diskursa: dissertatsiya... doktora filologicheskikh nauk. Volgograd. (In Russ.).
- Morgun, N. L. (2002). Nauchnyy setevoy diskurs kak tip teksta: dissertatsiya... kandidata filologicheskikh nauk. Tyumen'. (In Russ.).
- Morton, R. Public Archieves as a source of historical linguistic data: the construction and analysis of the British Telecom Correspondence Corpus. Available at:

- $https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/28155/1/paper275. \\ pdf.$
- Nishimata, A. (2011). Savoir rédiger les e-mails professionnels, coll. En Poche. Gualino éditeur. (In French).
- Poliakova, N., Bervialle, B. (2017). Les caractéristiques lexicales du langage professionnel en français. In: *Romanskiye yazyki v sinkhronii i diakhronii: mezhvuzovskiy sbornik nauchnykh trudov.* Moskva. 107—110. (In French).
- Ryazantseva, T. I. (2010). Gipertekst i elektronnaya kommunikatsiya. Moskva: LKI/ URSS. (In Russ.).
- Shchipitsina, L. Yu. (2010). Kompyuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: Lingvisticheskiy aspekt analiza. Moskva: KRASAND. (In Russ.).
- Skuratov, I. V., Polyakova, N. V. (2017). Politika fransizatsii angloyazychnykh zaimstvovaniy (na materiale pressy). *Uchenyye zapiski natsionalnogo obshchestva prikladnoy lingvistiki, 4 (20):* 75—80. (In Russ.).
- Thim-Mabrey, Ch. (2003). Problemaufriss aus sprachwissenschaftlicher Sicht. In: *Sprachidentitat Identitat durch Sprache*. Tubingen: Gunter Narr Verlag. 1—18. (In Germ.).