

ՈՃԱԿԱՆ ՀԱՏԿԱՆԻՇՆԵՐԻ ՈՃԱՏԱՐՔԵՐԱԿԻՉ ԳԵՐՆ ԱՆԳԼԵՐԵՆ ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՆԱՄԱԿՆԵՐՈՒՄ

Տվյալ հոդվածում քննարկվում է պաշտոնական-գործարար փաստաթղթերի ոճի տարատեսակ հանդիսացող գործարար նամակագրության ոճական հատկանիշները որպես իմաստակառուցվածքային առանձնահատկությունների առավել ամբողջական և արդյունավետ ներկայացման պայման: Հոդվածում հատկորոշվում են առավելագույն ներգործություն ապահովող լեզվամիավորները, որոնցով հաղորդվում և շեշտվում է անհրաժեշտ բովանդակությունը: Լեզվաոճական հնարների գործածման հիմնական միտումները թույլ են տալիս սահմանել գործարար նամակները բնութագրող հետևյալ ոճական հատկանիշները՝ պաշտոնականություն, հստակություն, ճշգրտություն և արտահայտչականություն:

Բանալի քառեր. գործարար նամակագրություն, քերականական կառույցներ, կադասայարային բառակապակցություններ, ոճական հատկանիշներ, պաշտոնականություն, հստակություն, ճշգրտություն, արտահայտչականություն, հուզարտահայտչական ներգործություն

Լեզվական նյութի գիտական ուսումնասիրության շրջանակում զգալիորեն մեծ է տարբեր գործառական ոճերի նկատմամբ ցուցաբերվող հետաքրքրությունը՝ տեքստերի իմաստակառուցվածքային առանձնահատկությունների սահմանման, բովանդակության արտահայտման լեզվաոճական հնարների և ոճական հատկանիշների բացահայտման ուղղությամբ: Գործառական ոճերի համակարգում գործարար նամակագրությունը հանդիսանում է պաշտոնական-գործարար փաստաթղթերի ոճի տարատեսակ և արտահայտվում է գործարար ոճին հատուկ լեզվամիավորների ամբողջությամբ:

Լեզվի գործառական կողմի հետ է առնչվում ոճը, որը խոսքին ավարտուն տեսք է հաղորդում՝ միացնելով և ամբողջացնելով խոսքը կազմող միջոցները /Гайзенблаз, 1978: 61/: Պաշտոնական ոճի շրջանակում՝ գիտական և պաշտոնական փաստաթղթերի ոճերը հակադրվելով գեղարվեստական և հրապարակախոսական ոճերին, առանձնանում են իրենց ոճատարբերակիչ հատկություններով ու ոճական հատկանիշներով /Сиротинина, 1982: 12/: Ուստի յուրաքանչյուր գործառական ոճ բնորոշվում է ոչ միայն այդ ոճին հատուկ լեզվամիավորների գործածությամբ, այլև ոճական հատկանիշների ամբողջությամբ: Տասնամյակների ընթացքում գործառական ոճերից յուրաքանչյուրի ուսումնասիրությունը, ինչպես և համադրումը հանգեցրել են ոճական հատկանիշների խմբավորմանը: Ըստ Է. Ռիգելի ոճական հատկանիշը խոսքի /տեքստի/ կազմակերպման որակական սկզբունք է՝ պայմանավորված հաղորդակցման ոլորտով, խոսքի գործառությամբ, պայմաններով և բովանդակությամբ /Ризель, 1978: 79/: Ներկայումս լեզվաբանները զբաղվում են ոչ թե պարզապես գործառական ոճը բնորոշող լեզվական միջոցների թվարկմամբ, այլ ոճական

հատկանիշների ամբողջական և մանրակրկիտ նկարագրմամբ՝ իր բազմատեսակ դրսևորումներով /Haep, 1981: 3/: Այնպիսի ոճական հատկանիշներ, ինչպիսիք են՝ արտահայտչականությունը, հուզականությունը, տրամաբանականությունը, կարող են բնորոշ լինել թե՛ գեղարվեստական և թե՛ գիտական և պաշտոնական փաստաթղթերի ոճերին: Թեև տեսականորեն առաջադրվում է որոշակի սահմանափակում. արտահայտչականությունն ու հուզականությունը վերագրելով գեղարվեստական ոճին, տրամաբանականությունը՝ գիտական ու պաշտոնական փաստաթղթերի ոճերին: Այնուամենայնիվ այնպիսի հատկանիշներ, ինչպիսիք են՝ շարադրանքի հստակությունը, փաստերի ճշգրտությունը, մտքերի տրամաբանական հաջորդականությունը, անկասկած, պաշտոնական-գործարար ոճի անբաժանելի մասն են կազմում: Պաշտոնական-գործարար ոճին ավանդաբար վերագրվող բոլոր այս հատկանիշները սովորաբար գիտական ուսումնասիրությունների ելակետ են համարվում: Սակայն մասնավոր դեպքերի, այսինքն՝ գործարար նամակների առանձին խմբերի և տեսակների քննությամբ է հնարավոր դառնում բացահայտել լեզվաոճական առանձնահատկություններն ու բնորոշ ոճական հատկանիշները:

Հոդվածում քննարկվելու են առևտրային ոլորտի գործարար նամակներից հատուկ բառային ենթաշերտերի, քերականական կառույցների, կադայարային բառակապակցությունների գործածման հիմնական միտումները և այն ոճական հատկանիշները, որոնք ոճակազմիչ և ոճատարբերակիչ դեր են կատարում: Գործարար նամակագրությանն առաջադրվող հիմնական ոճական պահանջն արտահայտման ճշգրտությունն ու հստակությունը, տերմինների ու նրանցով կազմվող կառույցների, կայուն և կադայարային բառակապակցությունների գերակշռումն է այդ խոսքում: Սակայն նամակի ընդհանուր իմաստային բովանդակությունից ու նամակագրի նպատակներից կախված, որոշ լեզվամիավորներ կարող են ձեռք բերել լրացուցիչ իմաստներ և հուզարտահայտչական նրբերանգներ: Որոշ դեպքերում պաշտոնականություն ոճական հատկանիշը կարող է առավել կամ պակաս շեշտված լինել, այսինքն՝ ժամանակի ընթացքում հաղորդակցվողների փոխազդեցությունը կարող է փոփոխվել, հանգեցնելով առավել կամ պակաս պաշտոնականության, որն իր անմիջական արտացոլումն է գտնում խոսքում, արտահայտվելով հաղորդակցական նոր հատկանիշներով /Yule, 2002: 59/: Այս առումով կարևորվում է արտալեզվական գործոնների դերը և այդ փաստը հաստատվում է նրանով, որ ոճը մշտապես հանդես է գալիս բովանդակության և արտահայտման, լեզվականի և արտալեզվականի միասնությամբ /Сердобинцев, 1982: 63/:

Առևտրային ոլորտն արտացոլող նամակների իմաստակառուցվածքային առանձնահատկությունների ուսումնասիրությունը մեզ թույլ է տալիս առանձնացնել գործարար նամակագրությունը բնութագրող հետևյալ չորս ոճական հատկանիշները՝ *պաշտոնականություն, հստակություն, ճշգրտություն և արտահայտչականություն*: Այս հատկանիշների միջոցով գործարար նամակներում ներկայացվող բովանդակությունը հիմնավոր է և փաստարկված, անհրաժեշտության դեպքում պատկերավոր և արտահայտիչ, ինչպես նաև առավել կամ

պակաս պաշտոնական: Այս ոճական հատկանիշները հաճախ այնքան փոխկապակցված և միասնական են արտացոլվում նամակներում, որ դրանց տարանջատմամբ խախտվում է բովանդակային ամբողջականությունը:

Պաշտոնականությունը կարևորագույն ոճական հատկանիշ է, որը յուրաքանչյուր գործարար նամակի բաղկացուցիչ մասն է կազմում: Այն նամակում կարող է առավել կամ պակաս արտահայտված լինել՝ պայմանավորված հաղորդակցվողների փոխհարաբերություններով: Գործարար նամակներին բնորոշ կաղապարային բառակապակցությունները՝ ապահովելով պարբերությունների միջև իմաստային կապը, մեծապես օժանդակում են նամակի պաշտոնականությանը: Այդ արտահայտությունների պարզեցված տարբերակները խոսքին հաճախ կարող են հաղորդել պակաս պաշտոնական և առավել մտերմիկ երանգ: Նամակում պաշտոնականությունը ենթադրում է նաև երևույթների իրենց մասնագիտական անվանումներով կոչումը, լուրջ և կշռադատված մոտեցման, քաղաքավարի և փաստարկված խոսքի արտահայտումը:

Հաղորդվող բովանդակության *հստակության* համար վկայակոչվում է նախորդ նամակագրության ամսաթիվը, անհրաժեշտության դեպքում հարցում կամ հիշեցում է կատարվում նախորդ պատվերների գնային պայմանավորվածությունների կամ առկա շուկայական գների, պատվիրված ապրանքների ծավալների, մի շարք այլ հատկանիշների և առաքման պայմանների մասին: Հստակությունն արտահայտվում է գործարքներին առնչվող պայմանների, փաստերի ու զանազան գործընթացների շարադրմամբ, որոնք առավելագույնս կնպաստեն խնդրի արագ ընթացքին:

Նամակների հիմքում ընկած հստակություն հատկանիշի հետ անբաժանելիորեն կապված է *ճշգրտությունը*, որը ստույգ, հավաստի փաստերի ներկայացումն է: Դճգրտությունը բացառում է անհիմն ենթադրություններ, մոտավոր հաշվարկներ և չպատճառաբանված մեկնաբանություններ:

Արտահայտչականությունը նպաստում է ուշադրության արժանի բովանդակության հաղորդմանը: Այս նպատակին ծառայող հնարները տարանջատում, շեշտում են առանձին լեզվամիավորներ՝ խոսքն առավել հստակ, ցայտուն և պատկերավոր դարձնելով: Առաջարկի և վաճառքի նամակներն անհնարին է պատկերացնել առանց ոճական միջոցների, որոնք արտահայտիչ և պատկերավոր դարձնելով խոսքը՝ ներագոյում են ընթերցողին: Մերժման նամակներում ևս տեղ է գտնում պատկերավորությունը, թաքցնելու մերժման փաստը, սակայն նրանց բնորոշ է նաև անկանխատեսելիությունը, որը կստիպի մինչև վերջ ուշադրությամբ կարդալ նամակը:

Գործարար նամակներից քաղված օրինակների քննարկմամբ հիմնավորենք ոճական հատկանիշների մեր ընտրությունը:

Գործարար նամակների անբաժանելի մաս են կազմում զանազան առևտրային գործընթացներ բնութագրող քերականական կառույցները, կայուն և կաղապարային բառակապակցությունները: Հաղորդման և ներգործման գործառույթներ իրացնող այս լեզվամիավորները հանդիսանում են գործարար նամակագրության կարևորագույն ոճատարբերակիչ բաղկացուցիչներ և արտահայտում են պաշտոնականության որոշակի աստիճան:

Հարցում արտահայտող քերականական կառույցները քաղաքավարի դիմում-խնդրանքի ձևեր են: Հարցման նամակների նպատակն է պարզել անհրաժեշտ տվյալներ ապրանքների տեսականու, գների, վճարման ու առաքման պայմանների վերաբերյալ՝

1. Will you please send us your catalogue and full details of your export prices and terms of payment, together with any samples you can let us have.

2. Will you please state your earliest delivery date, your terms of payment, and discounts for regular purchases.

Հարցումը որպես քաղաքավարի խնդրանք ընդունված է կատարել “will” եղանակավորող բայի և “please” բառի համակցմամբ՝ “Will you please send us ...?”, “Will you please state ...?”: Միևնույն արտահայտությունը կարելի է փոփոխել երկու հնարավոր տարբերակով: Մի դեպքում՝ խնդրանքին առավել շեշտված պաշտոնական նրբերանգ հաղորդելու նպատակով հարցումը կատարել “would” կամ “could” եղանակավորող բայերի միջոցով, իսկ մյուս դեպքում՝ հարցման մեջ պարզեցում կատարել՝ “Please send us...”: Արդի գործարար լեզվում նկատելի է երկար պաշտոնական արտահայտություններից ազատվելու միտում՝ փոխարենը օգտագործելով առավել պարզ արտահայտություններ ու կառույցներ: Ուստի նախադասության մեջ պարզեցումը չի հանգեցնում պաշտոնական քաղաքավարի ոճի կորստի: Նշված տարբերակներից յուրաքանչյուրն արտահայտում է պաշտոնականության որոշակի աստիճան և այդ տարբերակի ընտրությունը պայմանավորված է արտալեզվական հիմքով:

Գործարար նամակներում հասցեագրողը մշտապես հակված է նամակն ավարտել ակնկալիք, հարցի լուծում կամ համագործակցություն արտահայտող որևէ կաղապարային բառակապակցությամբ, որը կպահպանի նամակի պաշտոնականությունը և կառուցվածքային ամբողջականությունը: Հարկ է նաև նշել, որ նամակի պաշտոնական եզրափակումն առավելագույնս ներգործում է հասցեատիրոջը և լրացուցիչ անգամ մեծացնում նրա կողմից արագ արձագանքելու հավանականությունը: Այս կաղապարային բառակապակցությունների ընտրությունը կախված է նամակի ընդհանուր իմաստային բովանդակությունից՝

We look forward to your early reply.

We look forward to hearing from you soon.

We look forward to receiving your initial order.

We look forward to receiving your quotation.

Պատվերի հաստատման, առաջարկի և հարցի դրական կարգավորման նամակներում կատարվում են ոչ միայն նոր ապրանքների, այլև՝ հետագա համագործակցության, պատվիրատուին ընդառաջ գնալու առաջարկներ: Գործածվող կաղապարային բառակապակցությունները նամակներին հաղորդելով պաշտոնականություն՝ արտահայտում են նորանոր պատվերների ակնկալիք, ինչպես նաև պաշտոնական հարաբերությունների շարունակականություն՝

We look forward to serving you again.
We look forward to hearing from you again soon.
If you have any questions please contact me.
Please contact me if I can be of further help.
Please contact us if you need any further information.

Գործարար նամակներում խնդրի լուծման ակնկալիք հասցեագրողը կարող է արտահայտել քաղաքավարի և հարգալից հայց, խնդրանք արտահայտող “if you will/would” կառույցի միջոցով՝ “I shall be glad if you will ...”, “We would appreciate it if you would ...”, “We would be grateful if you would ...” և այլն: Այս կառույցը լայնորեն գործածվում է հարցի կարգավորման դիմում նամակներում՝ փոխզիջման, համաձայնության և հարցի կարգավորման դիմումների մաս կազմելով և հաղորդելով լրացուցիչ պաշտոնականություն նամակներին՝

1. These parts are vital to an order we are currently working on. We would be very grateful if you would airfreight them to us immediately.
2. I am enclosing a list of the damaged goods and shall be glad if you will replace them. They have been kept aside in case you need them to support a claim on your suppliers for compensation.
3. As a result of this situation we sustain heavy losses because we cannot fulfil our contractual obligations to our clients. In this situation we are prepared to retain the goods if you will reduce the price, say, by 40 %.
4. We would appreciate it if you would send us the required sweaters and take back the wrongly delivered goods.

Քաղաքավարի դիմում-խնդրանքը՝ ի նպաստ հարցի կարգավորման կարող է արտահայտվել նաև “ask” բայի միջոցով հետևյալ կերպ՝ “We would ask you to replace ...”, “As a result of this situation we would ask you to adjust ...”, “We are writing to you to ask you to send ...” և այլն:

Հարցի դրական կարգավորման և հարցի կարգավորման մերժման նամակներում քաղաքավարի ու համոզիչ ոճը չի բացառում այնպիսի բառերի գործածում, ինչպիսիք են՝ “sorry”, “apologise”, “regret”, որին ուղեկցում է հիմնավոր պատճառաբանությունը, այլընտրանքային առաջարկը, մերժումը, փոխզիջումային տարբերակը կամ խնդրի հնարավոր արդյունավետ լուծումը: Ափսոսանք կամ ներողամտություն արտահայտող հետևյալ կաղապարային բառակապակցությունների գործածումը չի նվազեցնում նամակների պաշտոնականությունը՝ “We are sorry to learn from your letter ...”, “We are sorry to hear that ...”, “We are sorry for the mistake ...”, “We apologise for the inconvenience ...”, “We regret that we could not ...” և այլն:

Ինչ վերաբերում է գործարար նամակների բառային կազմին, ապա այն արտացոլում է առևտրային փոխհարաբերությունների ամբողջական պատկերը՝ շուկայական կապերի հաստատումից մինչև գործարքների իրականացում ու պայմաններ և կից խնդիրների կարգավորում: Առաջարկի ու հարցման գործարար նամակներում և ընդհանրապես միջազգային պայմանագրերում

գործածվում են հապավումներ, որոնք արտացոլում են արտաքին առևտրի պարտավորագրի պայմաններ՝ հստակեցնելու պատվիրատու-մատակարար կողմերի փոխադարձ պարտավորությունները և կանոնակարգելու սպրանքների առաքումը: Առանց այդ պայմանների մատնանշման անհնարին է ապահովել խոսքի հստակությունը և երկկողմ պարտավորությունների ճշգրիտ կատարումը: Այս նպատակներին են ծառայում “Incoterms”, այսինքն՝ “International Commercial Terms” կոչվող հապավումները, ինչպիսիք են՝ FOB (Free on Board), CIF (Cost, Insurance, Freight), DAF (Delivered at Frontier), FAS (Free Alongside Ship), CFR (Cost and Freight), DDU (Delivered Duty Unpaid) և այլն: Հապավումների կիրառությունը ներկայացնենք առաջարկի և հարցման նամակներում CIF՝ ծախք, ապահովագրում և փոխադրվարձ պարտավորագրի պայմանի գործածմամբ, ըստ որի հստակեցվում է մատակարարի պարտավորությունները՝ վճարելու սպրանքի փոխադրման, նշանակման վայր հասցնելու և ապահովագրման ծախսերը՝

1. We enclose our winter catalogue and a price list giving details of CIF London prices, discounts and delivery dates.
2. Please quote us for the supply of the items listed on the enclosed enquiry form, giving your prices CIF Odessa.

Գործարար նամակներում հստակություն և ճշգրտություն ոճական հատկանիշները արտացոլվում են միասնաբար և փոխկապակցված: Նամակներում հաճախակի գործածվող թվականները հստակություն և որոշակիություն են հաղորդում հասցեագրողի խոսքին՝ ապահովում ստույգ, ճշգրիտ և հավաստի տեղեկություն:

Հարցի կարգավորման դիմումի հետևյալ նամակում “We are writing to you with reference to ...” կադապարային բառակապակցության միջոցով անմիջական կապ է հաստատվում նշվող պատվերի և վկայակոչվող նախորդ նամակագրության հետ: Պատվերի համարակալման, նախորդ նամակի և առաքման օրվա թվագրման համար գործածվող թվականները հստակություն են հաղորդում նամակում ներկայացվող փաստերին և հանդիսանում հարցի կարգավորման դիմումի հիմք՝

Order No. VC 58391

We are writing to you with reference to the above order and our letter of July 28th in which we asked you to expedite delivery of the 60 engines /Model 55/ you were to have supplied on July 15th.

Հարցի կարգավորման հետևյալ դիմում նամակը կոչված է կարգավորել մի հարց, որն առնչվում է պատվերի գնի ոչ ճիշտ հաշվարկմանը: Նամակում վկայակոչվում է որոշակի ամսաթվի ու համարի տակ գտնվող սպրանքագիրը՝ “invoice” և ներկայացվում գնի հաշվարկմանն առնչվող թվային տվյալներ: Հարցի կարգավորման քաղաքավարի դիմում-խնդրանքը արտահայտվում է “if you will please adjust ...” կառույցի միջոցով, որը լրացուցիչ պաշտոնականություն է հաղորդում նամակին: Նամակում գործածվող բազմաթիվ

թվականների միջոցով հաղորդվում է ճշգրիտ և հստակ տեղեկություն, որը թույլ կտա վերացնել տեղ գտած թերությունը՝

Your invoice number 2370 dated 10 September allows a trade discount of only 33 1/3 % instead of the 40 % to which you agreed in your letter of 5 August because of the unusually large order.

Calculated on the invoice gross total of £1,500 the difference in discount is exactly £100. If you will please adjust your charge we shall be glad to pass the invoice for immediate payment.

Արտահայտչականություն ոճական հատկանիշն արտացոլվում է համոզում /դրդում/ արտահայտող նամակներում, որոնք ենթադրում են գնորդի վերաբերմունքի և գործելակերպի փոփոխություն նախատեսելի ուղղությամբ: Համոզելը /դրդելը/ առավել բարդ գործընթաց է, քան պարզապես դիմել և խնդրել այս կամ այն գործողությունը կատարել: Այն առնչվում է հորդորելու, մղելու և ներգործելու հետ: Համոզում /դրդում/ արտահայտող նամակներում կարևորագույն դեր է կատարում ոչ միայն հուզարտահայտչական ազդեցությունը, այլև՝ փաստարկների հիմնավոր ներկայացումը, որը կոչված է ստանալու գնորդի հավանությունը և հավատ ներշնչելու ապրանքի կամ ծառայության նկատմամբ:

Արտահայտչականությունը շատ կարևոր գործոն է վաճառքի նամակներում, սակայն ապրանքների առավելությունների շեշտումը չպետք է գերազանցի ճշմարտության սահմանները՝ վերածվելով անհավանական գովազդի: Վաճառքի նամակներում ուշադրություն հրավիրող բազմաթիվ հնարներ են գործածվում: Առկա է ածականների առատությունը, ինչպես և հաճախակի է բայերի գործածությունը՝ մեծացնելու արտահայտչական ներգործությունը, ինչպես և շեշտելու ապրանքի կատարած գործառույթները: Այս նամակներում լայնորեն կիրառվում է հռետորական հարցը՝ գնորդին կամ հաճախորդին ստիպելով խորհել առաջադրվող հարցերի շուրջ և հետաքրքրություն ցուցաբերել առաջարկի նկատմամբ: Ոճական հնարներից առավել գործածական են թվարկումը և կրկնությունը, որոնց միջոցով գլխավորապես ներկայացվում են ապրանքի կամ ծառայության նշանակալի առանձնահատկությունները և շեշտվում նամակի կարևորագույն իմաստային բաղադրիչները: Հետևաբար վաճառքի նամակում հուզարտահայտչական ներգործությամբ փորձ է արվում գնորդին համոզել, որ տվյալ ապրանքի ձեռքբերումը նրա լավագույն ընտրությունն է՝

Have the winter months added a few unwanted pounds to your body? Do those loose-fitting clothes seem a little tighter these days? The StepShaper cross-training system has the solution to these challenges.

The StepShaper system is one of the easiest ways for you to achieve complete physical fitness. This fitness system combines step-training with over 30 strength and toning exercises. The StepShaper will burn your fat; it will shape and define your arms, legs, waist and chest. The system with its accessories is lightweight and portable. You can take it anywhere!

As an introductory offer, you can have the StepShaper with all its accessories at a price of only \$49.95. You would pay much more to join an exercise club, and you can use the StepShaper in the privacy of your own home. We also provide a six-month warranty.

Please call us on our toll-free number (800) 555-543.

Նամակի նպատակն է ընթերցողին հետաքրքրել, ուշադրությունը հրավիրել ապրանքի առավելությունների վրա: Սկզբից ևեթ ներկայացվող հռետորական հարցերը բնորոշ են այսպիսի նամակներին և ստիպում են գնորդներին խորհել և համոզվել առաջարկվող ապրանքների կամ ծառայությունների օգտակարության և շահավետության մեջ: Ենթադրվում է, որ ընթերցողը հետևելով կատարվող հարցադրումներին, ինքն էլ աստիճանաբար կհանգի առաջարկի արդյունավետության մասին եզրակացությանը: Առաջարկվող ապրանքի՝ մարզման հարմարանքի հատկանիշները և առավելությունները ներկայացվում են թվարկում ոճական հնարի միջոցով: Այս թվարկումները ստեղծում են միանգամայն արտահայտիչ և տպավորիչ պատկեր՝ ապահովելով նամակի արտահայտչականությունը և պատկերավորությունը:

Այսպիսով, պաշտոնական-գործարար փաստաթղթերի ոճը բնութագրելով հետևյալ ոճական հատկանիշներով՝ պաշտոնականություն, հստակություն, ճշգրտություն և արտահայտչականություն, նկատի ունենք նամակներում ստույգ, հավաստի և սպառիչ տեղեկության անհրաժեշտությունը, պաշտոնական տեսակետի արտահայտումը, որը նամակների որոշ տեսակներում կարող է հանդես գալ որպես ցայտուն արտահայտված պատկերավոր խոսք: Այդ ոճական հատկանիշների հիմքում ընկած հաղորդման և ներգործման գործառույթներ իրացնող լեզվամիավորները ոճակազմիչ և ոճատարբերակիչ դեր են կատարում՝ ապահովելով գործարար նամակների բովանդակային ամբողջականությունը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Гаузенблз К. О характеристике и классификации речевых произведений // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 8. Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978.
2. Наер В. Л. К описанию функционально-стилевой системы современного английского языка: Вопросы дифференциации и интеграции // *Лингвостилистические особенности научного текста*. М.: Наука, 1981.
3. Ризель Э. Г. К определению понятия и термина “стилевая черта” // *Филол. науки*, N 4, 1978.
4. Сердобинцев Н. Я. Структура стиля и структура стилистики // *Основные понятия и категории лингвостилистики*. Пермь, 1982.
5. Сиротинина О. Б. Стилистика как наука о функционировании языка // *Основные понятия и категории лингвостилистики*. Пермь, 1982.
6. Yule G. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press, 2002.

З. ВАРТАПЕТЯН – Роль стилистической дифференциации в деловой переписке на английском языке. – В данной статье рассматриваются стилиевые характеристики деловой переписки как подтипа официально-делового стиля, позволяющие более цельно и эффективно представить структурно-семантические особенности делового текста. В статье выявлены языковые единицы максимального воздействия, через которые передается и подчеркивается необходимое содержание. Основные тенденции использования лингвостилистических приемов дают возможность определить основополагающие стилиевые черты деловых писем: официальность, ясность, точность и экспрессивность.

Ключевые слова: деловая переписка, грамматические конструкции, стереотипные выражения, стилиевые черты, официальность, ясность, точность, экспрессивность, эмоциональное воздействие

Z. VARTAPETIAN – Style Differentiating Role of Stylistic Features of Business Correspondence in English. – The paper is devoted to the study of stylistic features of business correspondence as a substyle of official business documents for more complete and effective representation of structural-semantic peculiarities of business letters. The paper reveals linguistic units of utmost impact for conveying and emphasising required content. The main trends in the use of linguostylistic devices allow to determine the stylistic features of business letters: formality, clarity, accuracy and expressiveness.

Key words: business correspondence, grammatical constructions, clichés, stylistic features, formality, clarity, accuracy, expressiveness, emotional impact