

**Татьяна Федоровна Богданова**

Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского,  
ассистент кафедры английского языка, Ярославль, Россия  
e-mail: bogtania@mail.ru

## **Средства выражения тональности в условиях современной деловой интернет-переписки в русском, английском и китайском языках**

*Аннотация.* Предпринятое исследование посвящено анализу средств выражения тональности в деловой интернет-переписке. Цель исследования — обзор и изучение средств выражения тональности в официально-деловом стиле; определение тональности деловых текстов с помощью разных средств на материале деловой интернет-переписки в русском, английском, китайском языках. Задача исследования — дополнить классификацию средств в трех языках (с учетом их специфики) для определения тональности текста и выделить средства выражения тональности для деловой интернет-переписки.

*Ключевые слова:* тональность, деловой стиль, интернет-переписка, обращения, сокращения, заимствования, графические средства.

**Tatiana F. Bogdanova**

Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky,  
Assistant of the Department of English Language, Yaroslavl, Russia  
e-mail: bogtania@mail.ru

## **Means of the Expressing Sentiment in the Conditions of Modern Business Internet Correspondence in Russian, English and Chinese Languages**

*Abstract.* This research is devoted to the analysis of the means of expressing sentiment in business internet correspondence. The purpose of the study: review and study of the means of expressing tonality in an official business style; determination of the tone of business texts using various means on the material of business internet correspondence in Russian, English, Chinese. The objective of the study: to supplement the classification of means in three languages (taking into account their specifics) to determine the tone of the text and to distinguish the means of expressing the tone for business internet correspondence.

*Keywords:* sentiment, business style, Internet correspondence, vocatives, abbreviations, borrowings, graphic means.

### **Введение (Introduction)**

В XXI в. процесс обмена информацией в официальных кругах, на работе, в бизнес-среде, в сфере управления, в правовых отношениях полностью переходит в виртуальное пространство и осуществляется посредством электронной деловой коммуникации. Традиционные формы официально-делового стиля служат фундаментом для взаимодействия между органами государства, компаниями и частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной и юридической деятельности. При этом под влиянием современных технологий, а также в условиях глобализации традиционный официально-деловой стиль претерпевает значительные изменения в лексике, в степени регламентированности выражений, следовательно, нейтральная тональность, присущая данному стилю, нередко изменяется в положительную или отрицательную сторону.

В центре нашего исследования — средства выражения тональности в условиях современной деловой интернет-переписки в русском, английском и китайском языках.

### **Методы (Methods)**

Основные методы исследования: анализ научной литературы, в том числе статей, посвященных изучению средств выражения тональности современного делового стиля в русском, китайском и английском языках; описательный анализ средств выражения тональности делового стиля в русском, английском и китайском языках в условиях современной интернет-переписки.

Материалом служат примеры, взятые из личной переписки автора; во всех приведенных ниже примерах орфография и пунктуация респондентов сохранены.

### Литературный обзор (Literature Review)

Особенности официально-делового стиля в условиях интернет-коммуникации описаны в новейших публикациях, см., например: [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9] и др. Исследователи полагают, что глобализация, постоянное развитие технологий, ориентация на западное ведение бизнеса приводят к значительному отходу от традиционных норм. Так, замечено, что использование современных технологий уравнивает письменную форму деловой коммуникации с устной [3, с. 69]. Фиксируя эту тенденцию, А. В. Дегальцева предполагает, что в связи с этим в языке делового общения происходит усиление коллоквиализации (разговорности) и экспрессивизации общения, снижение и огрубление речи. Таким образом, происходит деофициализация общения, которая приводит к стремлению сжать информацию и сэкономить речевые усилия [4]. За счет полуофициального характера деловых текстов идет снижение формальности общения, сокращение количества канцеляризм, шаблонов, повторов, также допускается эмоциональная окрашенность и выражение личного мнения [7]. Отражает эту тенденцию современный подход к деловой переписке, основанный на лингвистическом конструкторе Plain English (англ. «простой английский»), который ориентирует авторов на коммуникативную эффективность текстов, где особо важным становится быстрое решение деловых вопросов [5; 6, с. 65].

Стиль делового общения становится показателем индивидуальности автора и определяет субъективно-удобные стратегии для решения коммуникативных задач в профессиональной сфере [8]. Цель деловой переписки как основной формы деловой интернет-коммуникации состоит теперь не только в том, чтобы побудить адресата к определенным действиям, но и в том, чтобы заинтересовать его. Следовательно, любое воздействие и управление общением будет иметь эмоциональный подтекст [5]. Таким образом, появляется особая тональность: нейтральность сменяется эмоциональным выражением.

Коммуникативная направленность влияет на содержательный аспект делового письма. Так, в современной деловой переписке для приветствия и прощания используются формулы вежливости, ранее характерные для неформально-бытового общения; их цель — быстрое налаживание контакта и сближение, при котором отмечается быстрый переход на «ты» [9].

### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Рассмотрим четыре средства, способствующих сохранению/изменению тональности текста.

1. **Обращение** придает письму персонифицированный характер; его цель — не только привлечь внимание адресата, но и указать его значение и вежливое отношение пишущего к адресату. Чаще всего в качестве обращения используются в русском варианте «уважаемый + имя и отчество», в английском — «*dear + mr, miss, mrs + имя*», в китайском — «*尊敬的 (zūnjīngde)* или *敬爱的 (jìng'ài)* + *имя / 女士, 先生*».

Проведенное исследование деловых писем (русских, английских, китайских) показывает следующее: в русском варианте при обращении использовались «уважаемый +

имя + отчество» (*Уважаемая Татьяна Федоровна*), полное имя (*Владимир*), короткое имя (*Саша*), другие обращения (например, только по фамилии: *Богданова*, или инициалы: *А. В.*), формы множественного числа (*коллеги, партнеры, друзья*). Кроме того, использовались только приветствие (*привет, добрый день, здравствуйте, доброго дня, доброго времени суток* и т. д.) без персонального обращения.

**Привет, Саша!** *Вчера я не успел тебя лично поблагодарить за помощь. Перед закрытием нашего \*\*\*, чего я в этот момент не ожидал, были взяты кредиты на покупку нового упаковочного оборудования.*

В данном примере используется обращение *Саша*, которое не соответствует традиционному деловому стилю и носит более персонифицированный характер, тем самым сдвигая общую тональность текста в положительную сторону.

В англоязычных письмах при изучении обращений выявлены следующие варианты: *Dear + имя (Dear Maggie «уважаемая Мэгги»)*, только имя (*Debbie*), другие обращения без указания имени (*Friends «друзья», Dear all «уважаемые» / «всем здравствуйте», Hi, Colleagues «коллеги, привет»*). Например:

**Jerry, good day, I'm Sending you a helicoid model. Please confirm receipt and opening of the model. Best regards, Alex.** — **Джери**, добрый день. Отправляю тебе модель геликоида. Пожалуйста, подтверди получение и запуск модели. С уважением, Алекс (здесь и далее перевод наш. — Т. Б.).

Обращения *Jerry* и подпись *Alex* придают письму эмоциональную направленность, но не нарушают деловой стиль (лаконичность, четкость) всего текста, а лишь указывают на переход деловых отношений в более тесное, «дружеское» сотрудничество. Тональность из нейтральной переходит в положительную.

В письмах на китайском языке выявлены следующие варианты обращения:

- «уважаемый» + имя: *Dear Tony* «уважаемый Тони»; *Dear 陈思 (Chén Sī)* «уважаемая Чэнь Сы»; *亲爱的 Alex (Qīn'ài)* «уважаемый Алекс»;

- имя + приветствие: 吴珊,你好 (*Wú Shān, nǐ hǎo*) — «У Шань, здравствуйте!»; Simon,你好! (*nǐ hǎo*) — «Саймон, здравствуйте!»;

- «уважаемые коллеги»: 尊敬的先生/女士 (*Zūnjīng de xiānshēng/nǚshì*) «уважаемые дамы и господа»;

- *имя + господин + приветствие*: 何先生,您好! (*Hé xiānshēng, nín hǎo*) — «Господин Хэ, здравствуйте!»

Также используются обращения по схеме «имя + уважительное обращение», например: 万军哥 (*Wàn Jūn gē*) «брат Вань Цзюнь», где 哥 (*gē*) означает «старший брат», т. е. почтительное обращение для старшего лица мужского пола своего поколения; 郭老师 (*Guōlǎoshī*) «учитель Го», где обращение 老师 (*lǎoshī*) «учитель» имеет значение «многоуважаемый».

**万军哥**: 附件为技术任务书问题翻译。如有其它问题,可与我联系。 — **Брат Вань Цзюнь**, в приложении перевод вопросов по техническому заданию. Если будут вопросы, можешь связаться со мной.

Этот пример показывает, что в китайских письмах коммерческой направленности в приветствии используется так-

же неформальное обращение 万军哥 (*Wàn Jūngē*) «брат Вань Цзюнь», но это не нарушает стилистику всего текста, который характеризуется эмоциональной сдержанностью, стандартизованностью, наличием соответствующей лексики и терминологии. Всё это позволяет определить тональность письма как нейтральную, но с положительной направленностью.

Таким образом, мы можем подтвердить наблюдения ученых, касающиеся обращений: обращения неформального (разговорного) стиля, используемые в деловой интернет-переписке, в целом меняют нейтральную тональность всего сообщения в положительную сторону.

2. Перейдем к **сокращениям** — словам, образованным с помощью аббревиации. Появление таких сокращений связано с экономией времени для передачи информации. Кроме того, сокращения часто используются для выражения эмоций в интернет-коммуникации [10]. М. П. Козьма, Ю. О. Павельева указывают на то, что эти выразительные и ироничные слова используются для обозначения предметов в повседневной жизни [11]. Очевидно, что наличие подобных сокращений в деловой переписке указывает на эмоциональную составляющую, делающую возможной переход нейтральной тональности в сторону положительной или отрицательной.

Обзор русских, английских и китайских деловых писем показал следующее. В русских письмах часто используются лексические сокращения разных частей речи (*м. б.* — *может быть*, *пн* — *понедельник*, *спс* — *спасибо*, *пжл* — *пожалуйста*, *см.* — *смотреть* и т. д.). В письмах на английском языке, кроме лексических сокращений (*Tks* — *thanks* «спасибо», *pls* — *please* «пожалуйста»), используются и грамматические сокращения (*We'd like* — *we would like* «мы хотели бы», *gotta* — *have got a* «иметь, обладать» и т. д.). В китайских письмах, помимо грамматических сокращений (например, синтаксическая конструкция 如...可... в полном варианте — 如果 (*rúguǒ*) «если», 可以 (*kě yǐ*) «мочь») и лексических (司-公司 (*gōngsī*) «фирма», 车-汽车 (*qìchē*) «машина», 公共汽车 (*gōnggòng qìchē*) «автобус», 出租车 (*chūzūchē*) «такси»), также часто встречаются сокращения имен собственных в фонетической записи (например, название завода AMG от AMEIGAO Ltd, JLL от JLL Fashion Ltd).

Рассмотрим несколько фрагментов деловой переписки.

Еще вопрос, *мб* *сталкивались*, *каким образом может быть осуществлена доставка оборудования?* В этом примере представлено часто встречающееся сокращение *мб* — *может быть*, которое соответствует разговорному стилю, что подразумевает наличие эмоциональной составляющей, но в этом случае сокращение не оказывает влияния на общую нейтральную тональность текста, а подчеркивает лаконичность содержания.

JAMES: 请查收附件补料. *Tks & Best Regards! Sunny Xie.* — Джеймс, прошу проверить материалы в приложении. Спасибо. С уважением! Сани Сюэ. Сокращение *Tks* — *thanks* «спасибо» в данном примере не несет эмоциональной нагрузки и связано с экономией времени для передачи информации. Тональность сообщения нейтральная и полностью соответствует деловому стилю.

我司只能按附件清关文件请款的, 多的数量我司无法向贵司请款, 而且我们的报关和税票都是按实际出货数量... — Наша компания может просить оплату только согласно таможенным документам, на большее мы не имеем право просить оплату, к тому же в наших декларациях и налоговых указано реальное количество продукции. Использовано лексическое сокращение 司-公司 (*gōngsī*) «фирма», которое более соответствует неформальному стилю общения, но в деловой коммерческой интернет-переписке используется повсеместно и позволяет адресанту не нарушать общий деловой стиль и не менять нейтральную тональность.

Таким образом, сокращения указывают на эмоциональную составляющую, но в целом влияния на нейтральную тональность делового стиля не оказывают, а лишь подчеркивают лаконичность и сдержанность текста деловой направленности.

3. Под влиянием англо-американской культуры в сферу деловых отношений переходят **заимствования** [12]. Идет не только обогащение лексики — использование неологизмов ведет к упрощению делового стиля общения и привносит в переписку эмоциональный оттенок. Новые англицизмы широко используются не только в русском, но и в китайском языках [13].

Е. П. Лапченко поддерживает мнение Д. Кристал о том, что сетевое общение, несомненно, приводит к появлению интернет-неологизмов, основная функция которых является экспрессивной [14; 15].

Обзор деловых писем в русском языке (внешнеторговая переписка) показал наличие следующих заимствований: *инвойс* от англ. *invoice* «платежный документ», *пакинг* от англ. *packing* «упаковочный документ», *майл* от англ. *mail* «сообщение, письмо» и т. д.). В письмах на китайском языке обнаружены неологизмы 网络 (*Wǎngluò*) «интернет», 微波炉 (*Wēibōlú*) «микроволновка», 冷藏柜 (*Lěngcáng guì*) «холодильный шкаф», в том числе заимствования-англицизмы: 巴士 (*Bāshi*) «автобус» от англ. *bus*, 微信 (*Wēixìn*) от англ. *WeChat* и т. д.

Приведем примеры.

...*Будет заявлять на отгрузку?* — в смысле **буковать**? *сейчас запрошу.* В этом примере использовано прямое заимствование *буковать* от англ. *booking* «заказывать, бронировать». Эта единица используется во внешнеэкономической области, не имеет эмотивного компонента, а демонстрирует лаконичность сообщения, поэтому тональность текста остается без изменений — нейтральной.

请做好相关安排, 并告知何时可以安排拖车至工厂, 以便我们通过群聊通知工厂做好相关安排. — Прошу составить подходящее расписание и указать время отправки машины на фабрику, чтобы мы могли в общем чате сообщить фабрике. В данном примере использован неологизм 群聊 *qún liáo* «групповой чат», который не нарушает шаблонность и тональность традиционного делового стиля, позволяет кратко и быстро донести до собеседника необходимую информацию, а также сокращает дистанцию между авторами.

Согласно исследованиям, заимствования привносят эмоции и экспрессию в деловой стиль, но, помимо этого,

заимствования позволяют более лаконично, четко и сдержанно донести необходимую информацию, не меняя нейтральной тональности делового стиля.

4. Помимо лексических средств на тональность делового стиля в интернет-переписке также оказывают влияние и **графико-пунктуационные средства** (пунктуация, прописные буквы).

Графические средства в тексте компенсируют фонетические средства выражения эмотивности, которая является составной частью тональности [16]. Особенно это проявляется в письмах императивного жанра, таких как приказы, распоряжения, докладные, объяснительные, выговоры, срочные сообщения, которые также относятся к официально-деловому стилю [4].

Рассмотрим примеры.

货代又通知没有收到你们的托书。请尽快安排!!! — Агент снова сообщил, что не получил вашу доверенность. Прошу срочно предоставить!!! В данном примере эмоциональность передается с помощью трех восклицательных знаков, которые помогают автору воздействовать на собеседника в несколько агрессивной манере, в результате нейтральная тональность делового сообщения смещается в сторону отрицательной.

*Pls QUICKLY do it! if need Russian languages help can ask Moscow help ...but need quickly action.* — Прошу **СРОЧНО это сделать!** Если нужен русский язык, можешь попросить Москву о помощи... Но необходимо срочно предоставить. Слово **QUICKLY** «срочно» набрано большими буквами, что придает деловому сообщению некую экспрессию и несет оттенок тревожности. Тональность всего сообщения определяется как отрицательная.

*Уже не первый раз эти ошибки идут с весами. Почему возникают снова и снова?!! в экселе прилагаю веса какие должны быть на самом деле, в скане с печатью — документ который приехал с водителем, неверные веса стоят, с округлением.* Пунктуационные знаки **?!!** помимо эмоциональности также демонстрируют субъективность в данном примере деловой интернет-переписки. Нейтральная тональность смещается в сторону отрицательной, не

только из-за пунктуационных знаков, но и за счет общего содержания всего сообщения, которое носит негативный оттенок.

Таким образом, графико-пунктуационные средства в деловой переписке демонстрируют эмоциональность, категоричность, субъективность, что влияет на тональность: из нейтральной она переходит в отрицательную.

### Заключение (Conclusion)

Обзор работ по исследованию средств выражения тональности в деловой переписке и анализ материала позволяет сделать следующие выводы:

- использование обращений разговорного стиля нарушает регламентированность официально-делового стиля, но общей нейтральной тональности всего текста не меняет, а лишь придает переписке более дружественный характер;

- использование сокращений демонстрирует некоторую неформальность стиля и, как следствие, указывает на эмоциональную составляющую, но в целом не оказывает влияния на изменение нейтральной тональности делового стиля, а только лишь подчеркивает лаконичность и сдержанность переписки;

- использование англицизмов-неологизмов, несомненно, привносит эмоциональность и экспрессивность в деловой стиль, а также придает переписке более лаконичный, четкий и сдержанный стиль и помогает донести необходимую информацию в сжатые сроки, при этом не меняя нейтральную тональность делового стиля;

- использование графико-пунктуационных средств в деловой переписке оказывает более выраженное воздействие на изменение нейтральной тональности в положительную или отрицательную сторону при сохранении делового стиля.

В дальнейшем мы надеемся представить общую языковую систему оценивания тональности текста в трех языках, что позволит решить прикладные задачи, связанные с восприятием и созданием текстов официально-делового стиля, включающих эмоциональный компонент.

### Библиографический список

1. Жукова Е. А. Особенности официально-делового стиля // Вестн. Моск. информ.-технол. ун-та — Моск. архитек.-строит. ин-та. 2018. № 1. С. 65–67.
2. Нелюбова Н. Ю., Гурова А. В. Роль лингвокультурного фактора при переводе французской и русской деловой интернет-переписки // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7, № 1. С. 100–113. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(1).100-113
3. Казакова О. А., Серебренникова А. Н., Филиппова Е. М. Деловая коммуникация. Томск : Нац. исслед. Том. политехн. ун-т, 2013. 132 с.
4. Дегальцева А. В. Основные тенденции развития электронной деловой переписки // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной. Саратов : Саратов. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского, 2015. Вып. 15. С. 46–54.
5. Филатова Н. П. Эмотивная тональность в английском тексте делового письма // Язык и мир изучаемого языка. 2015. № 6. С. 206–210.
6. Корнеева М. Г. Лингвистические составляющие жанра электронного делового письма (на материале английского языка) : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 224 с.
7. Зверева Е. Б. Этикет электронной деловой переписки // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 24. С. 1986–1990.
8. Палт Е. А., Корецкая И. А. К вопросу изучения стилей делового общения как самостоятельного понятия в современной психологии // Вестник университета. 2015. № 4. С. 336–339.

9. Котляревская И. Ю. Эволюция делового дискурса в современном обществе на примере деловой корреспонденции // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. 2020. № 13. С. 118–123.
10. Игнаткина И. В., Битков Н. Сокращения в английской интернет-переписке // Научный альманах. 2021. № 1–2 (75). С. 149–152.
11. Козьма М. П., Павельева Ю. О. Лексико-грамматические особенности сокращений в компьютерном сленге (на материале английского языка) // Филологический аспект. 2020. № 3 (59). С. 42–48.
12. Коняева Е. А. Особенности лексического состава деловой корреспонденции на русском и французском языках // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. № 4. С. 102–107.
13. Ван Г. Неологизмы в языковом пространстве России и Китая // Филологическое образование и современный мир : материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Чита : Забайкал. гос. ун-т, 2021. Ч. 1. С. 117–118.
14. Лапченко Е. П. Экспрессивность как одна из характеристик неологизмов в английском языке (на примере неологизмов в социальных сетях) // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 49–4. С. 68–71. DOI: 10.18411/lj-04-2019-91
15. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge : Cambridge University Press, 2011. 58 p.
16. Магда А. В. К вопросу об эмотивности и средствах ее выражения в художественном тексте // Наука третьего тысячелетия : материалы Междунар. (заоч.) науч.-практ. конф. Нефтекамск : Мир науки, 2020. С. 537–548.

### References

- Crystal D. (2011) *Language and the Internet*. Cambridge, Cambridge University Press, 58 p. (in English)
- DeGal'tseva A. V. (2015) Osnovnye tendentsii razvitiya ehlektronnoi delovoi perepiski [The Main Trends in the Development of Computer Based Correspondence], *Kormilitsyna M. A. (ed.) Problemy rechevoi kommunikatsii [Problems of Speech Communication]\**. Saratov, Saratovskii natsional'nyi issledovatel'skii gosudarstvennyi universitet imeni N. G. Chernyshevskogo Publ., issue 15, pp. 46–54. (in Russian)
- Filatova N. P. (2015) Ehmotivnaya tonal'nost' v angliiskom tekste delovogo pis'ma [Emotive Tonality in the English Text of a Business Letter]\*, *Yazyk i mir izuchaemogo yazyka [Language and the World of the Studied Language]\**, no. 6, pp. 206–210. (in Russian)
- Ignatkina I. V., Bitkov N. (2021) Sokrashcheniya v angliiskoi internet-perepiske [Abbreviations in English Internet Correspondence], *Nauchnyi al'manakh [Science Almanac]*, no. 1–2 (75), pp. 149–152. (in Russian)
- Kazakova O. A., Serebrennikova A. N., Filippova E. M. (2013) *Delovaya kommunikatsiya [Business Communication]\**. Tomsk, Natsional'nyi issledovatel'skii Tomskii politekhnicheskii universitet Publ., 132 p. (in Russian)
- Konyaeva E. A. (2013) Osobennosti leksicheskogo sostava delovoi korrespondentsii na russkom i frantsuzskom yazykakh [Features of Lexical Composition in Business Correspondence in Russian and French], *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics]*, no. 4, pp. 102–107. (in Russian)
- Korneeva M. G. (2016) *Lingvisticheskie sostavlyayushchie zhanra ehlektronnogo delovogo pis'ma (na materiale angliiskogo yazyka) [Linguistic Components of the Genre of Electronic Business Writing (On the Material of the English Language)]\**, Cand. philol. sci. diss. Moscow, 224 p. (in Russian)
- Kotlyarevskaya I. Yu. (2020) Ehvol'yutsiya delovogo diskursa v sovremennom obshchestve na primere delovoi korrespondentsii [Evolution of Business Discourse in Modern Society on the Example of Business Correspondence], *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki [Professional Communication: Topical Issues of Linguistics and Methodology]\**, no. 13, pp. 118–123. (in Russian)
- Koz'ma M. P., Pavel'eva Yu. O. (2020) Leksiko-grammatische osobennosti sokrashchenii v komp'yuternom slenge (na materiale angliiskogo yazyka) [Lexical and Grammatical Features of Abbreviation in Computer Slang (Based on English)], *Filologicheskii aspekt [Philological Aspect]\**, no. 3 (59), pp. 42–48. (in Russian)
- Lapchenko E. P. (2019) Ehkspressivnost' kak odna iz kharakteristik neologizmov v angliiskom yazyke (na primere neologizmov v sotsial'nykh setyakh) [Expressiveness as One of the Characteristics of Neologisms in the English Language (On the Example of Neologisms in Social Networks)], *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya [Trends in the Development of Science and Education]*, no. 49–4, pp. 68–71, doi: 10.18411/lj-04-2019-91 (in Russian)
- Magda A. V. (2020) K voprosu ob ehmotivnosti i sredstvakh ee vyrazheniya v khudozhestvennom tekste [To the Question of Emotiveness and the Means of Its Expression in a Literary Text]\*, *Nauka tret'ego tysyacheletiya [Science of the Third Millennium]\**. Neftekamsk, Mir nauki Publ., pp. 537–548. (in Russian)
- Nelyubova N. Yu., Gurova A. V. (2018) Rol' lingvokul'turnogo faktora pri perevode frantsuzskoi i russkoi delovoi internet-perepiski [The Role of the Linguocultural Factor in Translation of French and Russian Online Business Correspondence], *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Theoretical and Practical Issues of Journalism]*, vol. 7, no. 1, pp. 100–113, doi: 10.17150/2308-6203.2018.7(1).100-113 (in Russian)
- Palt E. A., Koretskaya I. A. (2015) K voprosu izucheniya stilei delovogo obshcheniya kak samostoyatel'nogo ponyatiya v sovremennoi psikhologii [On the Issue of Studying the Business Communication Styles as an Independent Concept in Modern Psychology], *Vestnik universiteta [Vestnik Universiteta]*, no. 4, pp. 336–339. (in Russian)
- Van G. (2021) Neologizmy v yazykovom prostranstve Rossii i Kitaya [Neologisms in the Language Space of Russia and China]\*, *Filologicheskoe obrazovanie i sovremenniy mir [Philological Education and the Modern World]\**. Chita, Zabaikal'skii gosudarstvennyi universitet Publ., part 1, pp. 117–118. (in Russian)

---

## ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Zhukova E. A. (2018) Osobennosti ofitsial'no-delovogo stilya [Features of the Official Style], *Vestnik Moskovskogo informatsionno-tehnologicheskogo universiteta — Moskovskogo arkhitekturno-stroitel'nogo instituta* [Moscow Information and Technology University — Moscow Architecture and Construction Institute], no. 1, pp. 65–67. (in Russian)

Zvereva E. B. (2020) Ehtiket ehlektronnoi delovoi perepiski [Etiquette of Electronic Business Correspondence]\*, *Innovatsii. Nauka. Obrazovanie* [Innovation. The Science. Education]\*, no. 24, pp. 1986–1990. (in Russian)

---

\* Перевод названий источников выполнен автором статьи / Translated by the author of the article.