

Ділова переписка – специфічний вид комунікації. Ділова кореспонденція застосовується, зокрема, в комерційній діяльності, а головною метою комерційної діяльності є досягнення максимального обсягу продажів. Діловий лист має бути насамперед ефективним. Для цього слід дотримуватися основних правил написання бізнес-листів: 1) ясність; 2) стислість; 3) ввічливість. Оскільки завдання більшості бізнес-листів полягає в тому, щоб переконати тих, кому вони адресовані, в необхідності виконати певні дії (купити певний товар, перерахувати гроші на певний рахунок, надати певну інформацію), при їхньому написанні треба також враховувати такий важливий принцип, як позиція «You», тобто намагатися оцінити зміст листа з позиції адресата. Мова ділового листа має бути формальною, чемною, експресивною, тактовною та доречною. В ньому мають вживатися загальноприйняті ідіоматичні вислови та звороти, якими, однак, не слід зловживати. Існує клас відмінностей між кореспонденцією Великобританії й США, пов'язаних безпосередньо з розходженнями між британським і американським варіантами англійської мови, спричиненими специфікою історичного та культурного розвитку цих країн. Це розходження в орфографії (різне написання деяких

морфем і буквосполучень), лексиці (різні лексичні одиниці для відображення одного значення й різні значення однієї лексичної одиниці), граматиці (розбіжності у віднесенні іменників до категорій обчислюваних чи не обчислюваних; розходження у вживанні прикметників та прислівників; розходження у вживанні часу Present Perfect; розходження у вживанні допоміжних дієслів shall та will; розбіжності у формах Past Indefinite і Participle II неправильних дієслів; розходження у побудові сегментованих питань (tag-questions) та умовних речень (conditional sentences); розбіжності у вживанні артиклів та прийменників). Але основні відмінності між англомовною кореспонденцією вищезгаданих країн пов'язані зі стилістикою. У Великобританії стиль ділової кореспонденції є формальним та офіційним. Національний характер англіїців і прихильність до старої традиції роблять цей стиль стриманим і попереджальним, а також створюють враження, що листи, написані в такому стилі, є більш професійними. У США спостерігається інше ставлення до бізнес-кореспонденції. Через сильно розвинену конкуренцію, написання бізнес-листів у цій країні стало наукою. Американський стиль написання ділових листів є яскравим та динамічним. У своїх листах американці використовують жарти, анекдоти, каламбури, гумор і сарказм, карикатури, малюнки і діаграми, здатні привернути увагу читача до листа. На перший погляд такі листи виглядають набагато менш професійними, ніж написані в англійському стилі, але на практиці саме американський стиль ведення ділової кореспонденції є складнішим для засвоєння. Листи, написані в американському стилі, є результатом кропіткої та вдумливої праці досвідчених бізнесменів та секретарів, що досконало розуміються на психології людей, до яких адресуються ці листи, та здатні передбачити реакцію, яку вони викличуть.