

UNIVERSITATEA “BABES –BOLYAI” CLUJ-NAPOCA

FACULTATEA DE LITERE

TEZA DE DOCTORAT

**O ABORDARE SEMANTICA SI PRAGMATICA
A LIMBII ENGLEZE PENTRU AFACERI**

REZUMAT

**Conducător științific,
Prof.Univ. Dr. Mihai Zdrenghea**

**Doctorand,
Luminița Bica (căsătorită Todea)**

2011

Cuprins

Consideratii initialeí	1
1: ESP si genurile comunicarii de afacerií	4
1.1. Introducereí	4
1.2. Abordari ale discursului í	4
1.3. Notiunile de discurs, text si geni	7
1.4. Cercetarea ESP si analiza genului.í	9
1.5. ESP si Limba Engleza pentru afacerií	18
1.6. Concluzie í	20
2: Pragmatica- concept si o trecere in revista a teoriilor relevante.....	21
2.1. Introducere í	21
22. Cercetatori si definitii ale pragmaticií	21
2.3. Teoria actelor de limbaji	23
2.3.1. Solicitarea ca act de limbaji	27
2.3.2. Scuza ca act de limbaji	31
2.3.3. Nemulțumirea ca act de limbaji	34
2.4. Verbe performativeí	35
2.5. Clasificarea actelor ilocutionareí	37
2.6. Acte de vorbire indirecteí	38
2.7. Griecce si principiul de cooperareí	39
2.8. Lakoff si abordarea maximei conversationaleí	40
2.9. Politețea ca fenomen pragmaticí	41
2.10. Conceptul de <i>rappor management</i> í	46
2.11. Concluzieí	47
3: Politețea- definitii si abordari specifice.....	48
3.1. Introducereí	48
3.2. Perspective asupra politeții ótrecere in revista a problemelor specificeí	48
3.3. Brown and Levinson si teoria despre politețeí	55
3.3.1. Face/imagineí	58
3.3.2. Face-Threatening Actsí	59
3.4. Strategii de realizare a politețiií	61
3.4.1. Bald on Recordí	61
3.4.2. Strategii de politețe pozitiveí	62

3.4.3. Strategii de politete negativaí	67
3.4.4. Off órecord strategiesí	69
3.5. Putere si distantaí	70
3.6. Provocari privind teoria despre politete a lui Brown si Levinsoní	74
3.7. Alti teoreticieni ai politetii	77
3.7.1. Politetea de gradul intai si de gradul al doileaí	77
3.7.2. Politetea ca perspectiva cadruí	79
3.8. Politetea la locul de muncaí	80
3.9. Concluzie si sugestii de cercetare ulterioaraí	83
4: Introducere in comunicarea de afacerií	85
4.1. Comunicarea de afaceri- definitieí	85
4.2. Abordare a cercetarilor in dezvoltarea discursului specific in afacerií	87
4.3. Limbajul scris in engleza pentru afacerií	89
4.3.1. Scrisoarea de afaceri- structura si trasaturi tipiceí	89
4.3.1.1. Paragrafe de inceput si incheiereí	95
4.3.1.2. Solicitarea ca scrisoare de afacerií	97
4.4. Folosirea imperativelor in scrisorile de afacerií	102
4.5. Comunicarea de afaceri prin emailí	105
4.5.1. Literatura de specialitateí	105
4.5.2. Email-uri ócaracteristici specificeí	107
4.5.3. Semnaturi utilizate in emailí	111
4.6. Limbajul oral in engleza pentru afaceri- negocierea ca arta si abilitateí	115
4.7. Concluzieí	128
5: Analiza contrastiva a scrisorilor de afaceri scrise in limba romana si engleza.	129
5.1. Caracteristici ale contextelor interculturaleí	129
5.2. O abordare semantica a englezei/ romanei in scrisorile de afacerií	131
5.3. Structuri retorice in comunicarea de afaceri in limba romana si englezaí	139
5.4. Concluzieí	148
6: Analiza studiului de caz.....	149
6.1. Introducereí	149
6.2. Colectarea datelor si metoda de analiza a formulelor de salut si a semnaturilor in email-urile de afacerií	151
6.3. Discutii si rezultate ó formule de salut si semnaturi in email-urile de afacerií	152

6.4. Maxime de politete in email-urile de afaceri in limba romana si engleza	161
6.4.1. Consideratii initiale	161
6.4.2. Date si metodologie	162
6.4.3. Discutie	164
6.5. Concluzie si sugestii pentru o cercetare ulterioara	170
Anexa 1	172
Anexa 2	192
Bibliografie	204

Cuvinte cheie: discurs, analiza genului, pragmatica, teoria actelor de limbaj, teorii despre politete, abordare semantica si pragmatica, analiza contrastiva, comunicare in afaceri, Engleza de afaceri, scrisori/ email-uri de afaceri, maxime de politete.

Rezumat:

Prezenta teza *O abordare semantica si pragmatica a limbii engleze pentru afaceri* reprezinta o abordare concreta si descriptiva bazata pe un corpus de date autentic a limbii engleze/ romane pentru afaceri.

Demersul parcurs urmareste: sa identifice si sa descrie functionarea si complexitatea comunicarii de afaceri in limba romana si engleza intr-un context profesional romanesc; chiar daca atentia se concentreaza la genuri specifice; sa utilizeze analiza genului pentru studiul la nivel macro si sa il combine cu alte abordari, incluzind metode retorice in stransa legatura cu obiectivul comunicarii, probleme pragmatice si strategii de politete cerute de tipul particular de discurs si sa constientizeze asemanarile si diferentele culturale si aspectele interculturale legate de cercetare; de exemplu selectarea datelor si a studiului de caz au fost realizate luand in considerare contextul romanesc al comunicarii de afaceri in limba romana si engleza.

Cele sase capitole ale acestei dizertatii se bazeaza pe literatura de specialitate, studiu empiric, experienta de predare ESP la nivel universitar precum si experienta proprie de cercetare pentru doctorat prilejuita de o bursa Erasmus la Universitatea Odense, Danemarca in 2002. In aceasta lucrare, voi dezbate si demonstra adaptarea diverselor structuri ale discursului la nivelul comunicarii de afaceri in mediul romanesc. Pragmatica si teoria actelor de limbaj, in special teoria despre politete, sunt instrumente importante in studierea limbii engleze pentru afaceri. In aceasta lucrare se foloseste o abordare din perspectiva NNS. Un

studiu comprehensiv de limba engleza in domeniul afacerilor este greu de realizat in general, din cauza dificultatii in stabilirea limitelor disciplinelor implicate, ca de exemplu lingvistica, socio-lingvistica, un astfel de studiu necesitand mai mult decat limitele impuse de un anumit domeniu. Aceasta lucrare este organizata in sase capitole, doua capitole de anexe, bibliografie, fiecare capitol incluzand o introducere, trecere in revista a literaturii de specialitate, in special in crearea unui cadru teoretic, explicarea strategiilor corespunzatoare tematicii abordate, descrierea corpusului existent, analiza de continut, concluzii si sugestii pentru o cercetare ulterioara.

Capitolul 1 introduce **conceptele de ESP si genuri in comunicarea de afaceri**. Ofera o perspectiva a modului in care sunt relationate discursul, analiza genului in ESP si corespondenta de afaceri, modalitatile in care discursul, textul si registrul au fost utilizate in formularea scopurilor specifice. In vederea indeplinirii atat a scopurilor profesionale cat si comunicative, membrii comunitatilor profesionale trebuie sa dovedeasca o cunoastere si intelegere anterioara a conventiilor anumitor genuri. Procesele lingvistice si sociale sunt percepute ca procese inter-relationate. In aceeasi perspectiva, notiunea de gen uneste aspecte socio-culturale si psiholingvistice cu interpretari de natura lingvistica. Analiza genului a devenit ș un instrument eficient si folositor in stabilirea unor corelari semnificative intre forma si functie care pot fi utilizate in atingerea scopurilor lingvisticii aplicate, incluzand engleza pentru scopuri specificeö (Bhatia, 1993:11). Un aspect relevant al discursului intr-o comunitate profesionala sau academica se refera la folosirea genului corespunzator membrilor comunitatii respective. Studiul genului s-ar putea dezvolta ulterior pe baza lucrarilor lui Bakthin (1986), Miller (1994) si Goffman (1975, 1981). Notiunea de ș sistem de genuriö este perceputa de Bazerman (1995, citat in Bargiela-Chiappini si Nickerson 1999: 27) ca fiind util in mod particular in cercetarea limbajului de afaceri pentru ca preconizeaza interactiuni in situatii reale intre grupuri sociale diferite, contribuind la setul lor propriu de genuri.

Studiile in domeniul limbii engleze pentru afaceri au fost influentate de caracteristicile generale ale cercetarii in ESPsi au inclus o gama variata de studii, ca de exemplu studiile de structuri de limbaj specifice corespondentei de afaceri, studii referitoare la terminologia adecvata domeniului si analize ale trasaturilor generice si de discurs. In analiza textelor din domeniul limbajului pentru afaceri, specialistii utilizeaza o gama variata de abordari. Mai mult, se poate constata un interes crescut pentru aspectele interculturale ale comunicarii in afaceri, cu accent pe influentele non-lingvistice, culturale ale comunicarii incluzand cultura

organizationala, teoria si practica managementului precum si deprinderile complexe de comunicare solicitate intr-un mediu international de afaceri.

Capitolul 2 – Pragmatica -concepte si trecere in revista a teoriilor ó stabileste un cadru teoretic al aspectelor corespunzatoare domeniului pragmaticii: teoria actelor de limbaj, verbe performative, clasificarea actelor ilocutionare, principiul de cooperare al lui Grice, abordarea lui Lakoff privind maxima conversationala, cenceptul de management de *rapport*. Pragmatica reprezinta fundamentul abordarii notiunii de politete in comunicarea de afaceri. De aceea, voi trece in revista abordarile cele mai semnificative cu privire la politete si strategii specifice in domeniul business. Limba ca actiune a devenit o notiune foarte importanta in pragmatica lingvistica. Studiile multor cercetatori (Stalnaker 1972; Searle, Kiefer and Bierwisch 1980; Wunderlich 1980; Leech 1983; Levinson 1983; Crystal 1985; Mey 1993; Verschueren 1999, in Martinez- Flor 2004:23) printre altii, au formulat definitii variate ale termenului de pragmatica luaind in considerare faptul ca interpretarea limbajului variaza in functie de contextul in care este folosit. Un demers important in pragmatica se refera la notiunea de acte de limbaj. Cercetatori precum Goffman (1975), Grice, Austin (1962), Searle (1969), Fairclough (1989), Mey (1993) sau Saeed (1997) si-au adus aportul lor considerabil in dezvoltarea teoriei actelor de limbaj. Actele de limbaj cu privire la solicitare, scuza si nemultumire au fost tratate in conformitate cu cercetarile lui Brown and Levinson (1987) Searle (1979) si Leech (1983).

Politetea ca fenomen pragmatic este descrisa prin patru demersuri lingvistice: maxima conversationala a lui Grice (1975), Lakoff (1973) si Leech (1983), demersul contractului conversational Fraser si Nolen (1981), abordarea *face saving*/ pastrarea imaginii descrisa de Brown and Levinson (1987) si perspectiva normei sociale a lui Fraser (1990). Consider ca politetea este un proces extrem de complex, poate fi descrisa ca norma sociala si principiu de cooperare in acelasi timp, are valente universale si culturale. Diferenta dintre imaginea individului si drepturile sociale este definita de Spencer óOatey prin conceptul de management de *rapport*. Potrivit autoarei șcercetarea ulterioara este necesara pentru a examina modalitatea in care problemele de management de *rapport* care se desfasoara in interactiuni autentice poate fi analizata din perspectiva asemanarilor si diferentelor care se manifesta la nivelul culturilor, contextelor si indivizilor (Spencer-Oatey, 2006:117).

Capitolul 3 Politetea – definitie si abordari specifice descrie conceptul de politete din perspectiva pragmatica si recapituleaza cercetari importante in domeniu, precum teoria politetii a lui Brown si Levinson, politetea de gradul intai si de gradul doi si politetea

percepăta ca un cadru. In aceasta secăiune voi prezenta cateva probleme in cercetarea politetii ca o teorie pragmatica, voi discuta politetea ca natura si semnificatie in context profesional. Teoriile legate de politete se concentreaza pe modul in care se utilizeaza strategiile comunicative pentru a promova si mentine armonia sociala in actiune. Politetea se bazeaza pe recunoasterea diferentelor puterii si gradele de distanta sociala si pe utilizarea lor fara modificari. In situatiile formale se accentueaza marcarea pozitiei, a statutului si a ŐfaceŐimaginei. Un numar impresionant de articole a fost realizat despre politete incepand cu anii 1970 si o parte semnificativa a lor este important de mentionat. Problema a ceea ce este politetea a fost si este in continuare o sursa de dezbateri interminabile intre teoreticieni si cercetatori. Cu toate acestea, este dincolo de limitele acestei lucrari sa realizeze o prezentare extensiva a cercetarilor despre politete. In toate studiile semnificative despre politete (Lakoff, 1973; Leech, 1983; Brown & Levinson, 1987; Blum-Kulka, 1987, Fraser, 1990; Kasper, 1990) se observa acordul cu privire la gradele diferite de politete manifestate in expresii lingvistice. Teoria lui Brown si Levinson cu privire la politete este cadrul cel mai influent cu privire la acest subiect. Opera lor este organizata in doua parti, prima contine teoria lor fundamentala referitoare la natura politetii si cum functioneaza in interactiune, iar a doua descrie o lista de strategii de politete cu o multitudine de exemple preluate din trei limbi diferite. Brown si Levinson (1987:79) propun o scara de evaluare a nivelului de politete intr-o situatie specifica. Brown and Levinson (1987:79) propose a scale designed to evaluate the degree of politeness required in a specific situation. Intr-un context de afaceri, distanta este determinata de natura socio-temporala si socio- spatiaa a interactiunii, aspectul sau formal sau informal, precum si modalitatea de contactare anterioara: prin scrisoare, telefon, personala intre expeditorul si destinatarul scrisorilor. In general cu cat mai mare este distanta cu atat mai importanta este reducerea sa (cf. Pilegaard, M. 1997). Pe langa prezentarea strategiilor de politete pozitiva si negativa, Brown si Levinson mentioneaza, de asemenea, aspecte particulare sintactice, lexicale, prozodice si pragmatice sau ŐmarkeriŐ de politete care sunt descriși ca o parte a strategiei sau ca o strategie in sine. Studiile lui Eelen (2001), Watts (2003) si Bargiela-Chiappini (2003) prezinta cateva aspecte critice despre politete. In cercetari la nivel mondial, lipsesc definitii clare ale politetii, cu toate acestea exista sugestii variate ale acesteia ca notiune generala, incluzand atat o viziune globala asupra politetii ca apropiata si interconectata cu maxima conversationala (Leech 1983) or de uzurpare a imaginii (Brown and Levinson 1978/1987). Conceptul de politete a fost definit de teoreticienii pragmaticii ca Őevitarea conflictuluiŐ (Brown si Levinson 1987:1; Lakoff 1975:64; Leech 1983, 1997).

A fost de asemenea definit ca și școmportament care promovează o comunicare eficientă între interlocutori (Ide 1989:225; Usami 2002:4). Una dintre afirmațiile lui Leech (2005:4) pe care le susțin se referă la faptul că nu există nici o diferență în modul în care culturile din Est și Vest definesc politețea, deoarece noțiunea de Șcultura de grup, colectivă (Est) și Șcultura a egalității, individualistă (Vest) nu sunt absolute, ci doar simple nivele pe o scară.

Multidisciplinaritatea și demersurile prin metode multiple ar trebui aplicate corespunzător în a studia politețea la locul de muncă și ș pentru un viitor interdisciplinar ar trebui acordat un interes major analizelor comparative despre politețea dintre culturi (Bargiela-Chiappini and Harris 2006: 27).

Capitolul 4 O Introducere în comunicarea în afaceri propune o definiție a comunicării în afaceri, prezintă contribuțiile semnificative la dezvoltarea discursului *business*, în special concentrându-se pe *Business English* la nivel scris, în termeni de structură, modele de comunicare și negocierea ca tip de comunicare orală în afaceri. Comunicarea în afaceri include probleme tehnice și de asemenea non-tehnice de comunicare adresate unor clienți care ar putea împărtăși o cunoaștere similară a aceluiași subiect (Ulijn and Strother 1995). O comunicare de succes necesită o cunoaștere a codului atât de către expeditor, cât și de către destinatar și această cunoaștere a codului se numește competență lingvistică, o cunoaștere intrinsecă a limbii și competență de comunicare din partea vorbitorului. Studiile despre discursul scris *business* în anii 1980 și 1990 au fost caracterizate de analiza scrisorii de afaceri ca un gen important al contextului de afaceri la acel moment. Caracteristicile și influența scrisorii de afaceri au continuat să joace un rol important, în special în modul în care acest gen a fost subordonat altor genuri ca raportul general anual și corespondența email, exemplificate de colecția editată de Maurizio Gotti și Paul Gillaerts (2005).

Cercetarea în domeniul discursului *business*/ comunicării în afaceri a devenit din ce în ce mai interesată de rolul contextului organizațional în slefuirea genurilor scrise și orale care se dezvoltă în organizațiile de afaceri și limbajul aferent utilizat. Cercetătorii nu definesc limbajul în izolare ca pe un obiect de studiu, din contra încearcă să creeze o interacțiune între contextele scrise și vorbite care oglindesc contextele sociale și organizaționale în care ele sunt stabilite. ȘScrisoarea tradițională de afaceri ca gen distinct a fost înlocuită de Șmesaje promotionale foarte interactive și informale incluse într-o rețea hipertextuală (Bargiela-Chiappini 2005: 99 ff). Cercetarea în corespondența de afaceri a furnizat idei valoroase în modalitățile textuale prin care organizațiile își propun să-și atingă anumite scopuri, de exemplu stabilirea și menținerea relațiilor cu clienții lor (Van Nus 1996: 181). Redactarea

scrisa clara si eficace este relevanta in anumite contexte culturale. In discursul scris, scriitorul isi proiecteaza un cititor ipotetic pentru care se presupune ca scrie, anticipandu-i reactiile si modificandu-si redactarea corespunzator pentru a facilita comunicarea. Scrisorile de afaceri contin un format dat, expresii standard, un vocabular limitat si un set limitat de conjugari. Mai mult, conventiile si cadrul legal al influentei contextului extralingvistic influenteaza selectarea strategiilor si a combinatiilor de strategii in scrisorile de afaceri. Politetea ar trebui descrisa la acest moment ca o perspectiva dinamica ce include aspectul extralingvistic.

Scopul scrisorii de afaceri este de atinge un obiectiv, prin faptul ca sunt scrise pentru a indeplini o sarcina legata de afaceri. Aceasta tema implica o anumita reactie din partea cititorului, precum trimiterea unui raspuns, mentionarea de preturi, expediere rapida etc.

Limita actelor ilocutionare este necesar sa fie cat mai variata, deoarece o tranzactie economica presupune raspuns activ din partea cititorului si de asemenea in mod frecvent implicarea autorului in actiune. Verbele directive si comisive sunt motivate de un numar de afirmatii, in timp ce participantii la interactiune vor saluta , exprima multumiri sau scuze mai ales cu ajutorul imperativelor. O analiza a scrisorilor ar trebui sa dovedeasca o utilizare mai mult sau mai putin planificata a strategiilor de comunicare; pe de-o parte nevoia celui care scrie de aosi prezenta clar actele prin folosirea unor markeri ilocutionari expliciti; pe de alta parte necesitatea de a face fata eficientei amplificate de mediumul scris al limbajului. Functia paragrafului de inceput este de a identifica expeditorul si/sau destinatarul prin mentionarea adreselor expeditorului si destinatarului. Acest fapt va stabili o perspectiva dinamica asupra textului in relatie cu o corespondenta anterioara. Incheierea este in masura sa motiveze cititorul sa reactioneze corespunzator daca este suficient de impresionat. Continutul incheierii depinde de scopul scrisorii si de ideile enuntate in paragrafele anterioare. Scrisoarea solicitare este unul dintre tipurile de corespondenta cele mai utilizate in comunicarea scrisa de afaceri. O solicitare ar putea fi privita ca o activitate de atingere a unui obiectiv, care poate imbunatati comunicarea intre companii in context de afaceri (cf. Chakorn 2006). Un studiu al scrisorilor de tip solicitare in corespondenta in limba engleza in Hong Kong (Yeung, L. 1997:512) dezvaluie o lista de formule de politete de grade diferite. Ca si concluzie, se poate mentiona faptul ca gradarea acestora corespunde teoriilor existente majore si constatarilor cercetarilor in politetea lingvistica.

Un alt aspect asociat cu comunicarea in afaceri este comunicarea de afaceri prin email. Comunicarea mediata de computer reprezinta o modalitate de comunicare a mesajelor scrise pretutindeni prin intermediul mesajelor email sau intranetului. Ca urmare, email-urile si

intranetul au devenit cele mai utilizate mediumuri de comunicare. Interesul marit in comunicarea electronica s-a concretizat in studii care cerceteaza problema email-urilor ca text, concentrandu-se pe elementele lor lingvistice si retorice. Conform afirmatiilor lui Sacks (1992) si Searle (1969, citat in Mulholland 1999:59), textele care sunt transmise electronic reprezinta actiuni verbale importante din punct de vedere social si limbajul utilizat in ele joaca un rol important intr-o comunicare eficienta. Limbajul email-urilor cuprinde structuri simple si directe; ideile coordonate sunt preferate celor subordonate; propozitii scurte celor lungi. Formulele de salut de inceput si incheiere dezvolta un rol social important comparabil cu alte forme de interactiune. Semnaturile sunt considerate ca artefact care s-au materializat din contextul socio-istoric al organizatiilor, exprimand dinamica organizationala. Semnaturile ofera o posibila perspectiva asupra identitatii expeditorului , cuprinzand informatii despre statutul sau in organizatie sau cel legat de educatie. Negocierea a devenit un domeniu semnificativ de cercetare a legaturii relationarii prin limbaj cu mediul profesionist. Discursul si caracteristicile interactionale ale negocierii sunt descrise ca fiind construite ca o activitate sociala si reflexiva, influentata ca structura de contextul dat , dar in acelasi timp cu repercursiuni asupra contextului.

Capitolul 5- O analiza contrastiva a scrisorilor de afaceri scrise in limba romana si engleza indica utilizarea recurenta a limbii engleze care depinde de adaptarea participantilor la comunicare. Limba engleza ca *lingua franca* are efectul de contaminare si hibridizare a sistemului nativ al limbii si, mai mult decat atat, utilizarea limbii engleze ca limba internationala in comunicare este mai larg raspandita in economie si afaceri decat in alte domenii specializate. Comunicarea la locul de munca in context romanesc este definita de influentele modelelor vest europene si americane de inovatii lingvistice la nivelul practicilor de comunicare. Aceasta parte se axeaza pe analiza comparativa a documentelor scrise in limba romana si engleza. Un numar mare de inovatii lingvistice au fost adoptate si adaptate de limba romana la nivel structural si discursiv. De aceea, profesionistii romani in domeniul afacerilor s-au familiarizat cu aceste noi modele comunicative. Folosirea unei limbi straine in comunicarea profesionala, in special in scris, este relativ noua in Romania. Companiile multinationale au impus folosirea cu preponderenta a unei limbi straine, in special limba engleza, in majoritatea tipurilor de comunicare dincolo de nivelul departamental. Aceasta impunere a adus numeroase influente asupra identitatii culturale, sociale si profesionale a fortei de munca romanesti. Ca urmare apar multe greseli gramaticale in texte scrise in limba

engleza. Aceeasi este sursa principala a unui numar mare de inovatii atat la nivel lexical-semantic cat si morfologic si sintactic.

Avram si Sala (2000) subliniaza faptul ca limba romana prezinta o dispozitie naturala spre adoptarea cuvintelor straine, fara a-si periclita propria identitate. Sistemul lexical romanesc are o putere mare de adaptabilitate, drept urmare un termen nou poate fi adoptat cu usurinta, iar radacina sa lexicata devine chiar productiva prin metode de derivare interna. Depinzand de frecventa cuvintului ortografia si pronuntia noului imprumut este adaptata sau pastrata ca si in limba donatoare. In context profesional, motivatia principala pentru imprumuturi straine este nevoia de a numi concepte si activitati. De aceea, substantivele si verbele sunt mai frecvent imprumutate ca si alte parti de vorbire. Limbajul la locul de munca este o sursa de calculi lingvistici numerosi, in special semantici, care sunt larg raspanditi la momentul acesta in comunicarea zilnica. In limba romana, genul dominant gramatical este cel masculin cand vorbim despre participanti masculini si feminini. Influenta limbii engleze poate fi observata mai ales in formule de salut generale, atunci cand destinatarul este necunoscut; traducerea cuvant cu cuvant din limba romana: Stimate domnule/ Domnule manager. Parametrul solidaritatii este relevant pentru a indica distanta sociala dintre interlocutori. Daca cei doi sunt straini, distanta sociala este crescuta decat daca fac parte din acelasi grup social.

In capitolul 6- Analiza studiului de caz, explic metodele utilizate in colectarea documentelor necesare derularii acestei cercetari si in continuare analizez de maniera contrastiva un corp autentic si eclectic de email-uri de afaceri scrise in limba romana si engleza cu scopul de a stabili asemanari si deosebiri in structura discursului (formule de salut de inceput si incheiere, semnături, etape specifice de organizare a textului), strategiile de politete remarcate si subliniez cateva caracteristici ale discursului de afaceri scris in romana si engleza. Acest demers este insotit de interpretarea datelor colectate si analiza continuturilor. O analiza riguroasa a documentelor selectate demonstreaza ca subiectul, pozitia ierarhica si interesul profesional au o importanta deosebita asupra alegerilor strategiilor de politete demonstrate de participanti in exprimarea scrisa a solicitarilor, directivelor, invitatiilor, atribuirea de sarcini. Subiecte incluse in corespondenta se refera la etape de proiect, indeplinirea sarcinilor, invitatii, oferte, solicitare de colaborare si informare, de fapt subiecte de interes general in afaceri care influenteaza activitatea si interesele oricarei companii. Voi discuta formule de salut in legatura cu caracteristicile in emailul la locul de munca, conexiunea intre forma si utilizare, cultura locului de munca sau cea organizationala si variabilele sociolingvistice ale statutului si distantei sociale intre interlocutori. Analiza acestei

corespondente se va realiza urmand demersul lui Waldvogel (2007). Studiul examineaza principiile si practicile strategiilor de realizare a politetii in comunicarea de afaceri/institutionala. Folosirea formelor de salut nu include informatii concrete, ci stabileste si mentine relatii personale. In contextul comunicarii scrise la locul de munca, suntem interesati in special de identificarea formulelor de salut preponderente si comentarea recurentei lor. Formulele de adresare sunt modalitati specifice de construire a relatiei dintre expeditor si destinatar. Chiar daca acest tip de scrisoare de afaceri este una dintre cele mai standardizate tipuri de comunicare *business* scrisa, constrangerile genului permite preferinte retorice, atat in romana cat si in engleza, la nivel macro- si micro-textual. In aceasta analiza, voi urma principiul de cooperare a lui Grice cat si maximele de politete ale lui Leech si voi mentiona cateva dintre functiile comunicative pe care scrisoarea-invitatie le implica, descriind si exemplificand cu date concrete. Potrivit definitiei date de cercetatori diferiti, o scrisoare de afaceri de tip invitatie este considerata o modalitate formala de a invita colegi si clienti la evenimente care sunt gazduite de catre companie si este o modalitate frecventa de a invita oaspeti la evenimente. Constatările indica aceeasi modalitate de utilizare a secventelor specifice de formule atat in invitiatile scrise in limba engleza cat si in cele scrise in limba romana. Ar trebui specificat faptul ca utilizarea acestor strategii nu este obligatorie in sens absolut.

Se propune urmatoarea recomandare pe baza rezultatelor, concluziilor si a implicatiilor cercetarii: studiul ulterior ar trebui sa fie realizat de asemenea maniera incat sa identifice alti factori care ar putea afecta realizarea invitatiei, acceptarea si refuzul unei invitatii in context de afaceri.

Concluzii si sugestii pentru o cercetare ulterioara

Acesta dizertatie investigheaza politetea lingvistica in general, si printr-un studiu contrastiv in limba romana /engleza, a corespondentei de afaceri printr-o analiza detaliata a documentelor autentice pe care le-am colectat de la mai multe firme. Se constata ca expresiile lingvistice si contextul de productie ale acestora determina folosirea si interpretarea strategiilor de politete.

Se poate concluziona ca nu sunt diferente semnificative in utilizarea stregiilor de politete in contextul de afaceri al celor doua limbi analizate. Cu toate acestea, exista anumite variatii in utilizarea formulelor de inceput si de incheiere in datele din limba engleza si

romana, prin faptul ca anumite structuri sunt transferate dintr-o limba in cealalta. Remarcand maximele de politete si analizand asemanarile si diferentele dintre ele in email-uri scrise in limba romana si engleza, se poate afirma ca numarul asemanarilor il depaseste pe cel al diferentelor, ca rezultat al faptului ca normele si principiile de politete sunt valabile cross-cultural. Modificari semnificative se pot observa la nivelul microstructural al formulelor de salut. Vorbitorii non-nativi de limba engleza trebuie sa constientizeze prezenta a doua nivele: limbajul si cultura, pentru a putea actiona profesionist intr-o anumita cultura. In aceasta situatie, ceea ce le lipseste profesionistilor non-nativi de limba engleza este cunoasterea, nu a modului de abordare a unei scrisori de afaceri, ci a modalitatii de organizare a continuturilor. Chiar daca numarul documentelor a fost suficient in derularea unei analize a demersului semantic si pragmatic in corespondenta de afaceri in limba engleza si romana, o baza mai larga de date ar fi fost dezirabila.

Scopul acestei dizertatii a fost de a demonstra modalitati posibile de analiza a discursului scris de afaceri precum si nevoia pentru interdisciplinaritate si demers intertextual. O cercetare viitoare bazata pe media sincronica si teorii despre politete ar trebui sa ia in considerare atat expeditorul cat si destinatarul unei interactiuni scrise sau verbale. Acest studiu ar putea duce la investigatii cross-lingvistice ulterioare pe baza altor strategii metacomunicative conventionale in scrisorile oficiale utilizate in mediul economic sau tehnic. Urmand modele straine pe de o parte, dar pe de alta parte dezvoltand valori traditionale, cultura si discursul organizational romanesc isi cauta propria identitate specifica.

In concluzie, consider ca ceea ce avem nevoie in continuare este un acces mai bun si mai sistematic la comunitati discursive de afaceri si profesionale...si timpö (Lockwood, 2002: 416).

Bibliografie:

1. AHDEL (2000) *The American Heritage Dictionary of the English Language*, 4th edition. Boston: Houghton Mifflin.
2. Aijmer, K (1999) *Conversational Routines in English: Convention and Creativity*. Longman: London.
3. Alcaraz, E. (1990) *Trez Paradigmas de la Investigacion Linguistica*. Alcoy: Marfil.
4. Austin, J.L. (1962) *How to Do Things with Words*. O.Urmson (ed.) Oxford: Claredon Press.
5. Austin, M. (1989) *Effective Writing for Commerce and Industry*. Devon: MA Publications.
6. Avram, M. (1997) *Anglicismele în limba română actuală*. Bucure ti: Editura Academiei Române.
7. Avram, M. & Sala, M. (2000). *May We Introduce the Romanian Language to You?.* Bucharest: The Romanian Cultural Foundation Publishing House.
8. Bakhtin, M.M. (1986) *Speech Genres and Other Late Essays*. in Emerson, C., M. Holquist (eds.), Austin: University of Texas Press.
9. Balanescu, O. (2001) *Scrisori de afaceri*. Bucuresti: Editura Ariadnaø8.
10. Bargiela- Chiappini, F. (2003) Face and Politeness: New (Insights) for Old (Concepts). *Journal of Pragmatics* 35, pp. 1-46.
11. Bargiela- Chiappini, F. (2004) Intercultural Business Discourse. in Candlin, C., M.Gotti, (eds.) *Intercultural Aspects of Specialized Communication*, pp.29-51. Bern: Peter Lang.
12. Bargiela- Chiappini, F. (2005) In Memory of the Business Letter: Multimedia, Genres and Social Acting in a Banking Website. In Paul Gillaerts and M. Gotti (eds) in *Genre Variation in Business Letters*, pp. 99-122.
13. Bargiela- Chiappini, F. (eds.) (2009) *A Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
14. Bargiela-Chiappini, F and Harris, S. (1996) Requests and Status in Business Correspondence. *Journal of Pragmatics* 28, pp.635-662.
15. Bargiela-Chiappini, F and Harris, S. (1997) *The Language of Business: An International Perspective*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
16. Bargiela-Chiappini, F. and Harris, S. (2006) Politeness at Work: Issues and Challenges. *Journal of Politeness Research* 2, pp. 7-33.
17. Bargiela- Chiappini, F. and Nickerson, C. (eds) (1999) *Writing Business: Genres, Media and Discourses*. London: Longman.

18. Bargiela- Chiappini, F. and M. Gotti (eds.) (2005) *Asian Business Discourses*. Bern: Peter Lang.
19. Barnes, G. (1982) *Communication Skills for the Foreign-Born Professional*. Philadelphia: ISIPRESS.
20. Baron, N.S. (2003) Why Email Looks like Speech: Proofreading, Pedagogy and Public Face. In J. Aitchinson and D. Lewis (eds.) *New Media Language*, pp.85-94. London: Routledge.
21. Basturkmen, H. (2002) Negotiating Meaning in Seminar óType Discussion and EAP. *English for Specific Purposes* 21, pp.233-242.
22. Bazerman, C. and Lewicki, R. (1983) *Negotiating in Organizations*. London: SagePublications.
23. Bazerman, C. and Paradis J. (1991) *Textual Dynamics of the Professions: Historical and Contemporary Studies of Writing in Professional Communities*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press.
24. Beamer, L. and Varner, I. (2001) *Intercultural Communication in the Global Workplace*. Boston: Mc Graw-Hill Irwin Inc.
- Beaufort, A. (1999) *Writing in the Real World: Making the Transition from School to Work*. New York: Teachers College Press.
25. Beaugrande de, R. (2000) User-Friendly Communication Skills in the Teaching and Learning of Business English. *English for Specific Purposes* 19, pp. 331-349
26. Bhatia, V. (1993) *Analysing Genre. Language Use in Professional Settings*. London: Longman.
27. Bhatia, V. (1999) Generic Integrity in Document Design. In Document Design, *Journal of Research and Problem Solving in Organisational Communication*, Vol.I, No.3., Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
28. Bhatia, V. K. (2001) The Power and Politics of Genre, in A. Burns and C. Coffin (eds.) *Analysing English in a Global Context* (pp. 65-76). London: The Open University and Routledge.
29. Blum-Kulka, S. (1987) Indirectness and Politeness in Requests: Same or Different?. *Journal of Pragmatics* 11, pp.131-146.
30. Blum-Kulka, S. (1990) You Don't Touch Lettuce with Your Fingers: Parental Politeness in Family Discourse. *Journal of Pragmatics* 14 (2), pp. 259-288.

31. Blum-Kulka, S., J. House and G. Kasper (1989) *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, NJ: Ablex.
32. Bolinger, D. (1994) *Language- The Loaded Weapon*. London: Longman.
33. Bovee, L. C., Thill V. J. (1992) *Business Communication Today*. New York: McGraw- Hill, Inc.
34. Brown, G. and Yule, G. (1983) *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
35. Brown, P. and Levinson, S. (1987) *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
36. Brown, R. and Gilman, A. (1960) The Pronouns of Power and Solidarity. In T.A.Sebeok (ed.) *Style in Language*, pp.253-277. Cambridge: MIT Press.
37. Brown, R. and C. Herndl (1986) Describing the Functions of Written Language. In Barbara Couture (Ed.), *Functional Approaches to Research Perspectives* (pp.11-25). London: Frances Pinter (Publishers).
38. Burt, S. M. (1990) External and Internal Conflict: Conversational Code-Switching and the Theory of Politeness. *Sociolinguistics* 19, pp.21-35.
39. Bunz, U. and Campbell, S. (2002) *Accommodating Politeness Indicators in Personal Electronic Mail Messages*. Presented at the Association of Internet Researchersø 3rd Annual Conference, Maastricht, The Netherlands.
40. Caffi, C. (1986) Writing Letters. *Pragmatics and Linguistics* , pp.49-57. Odense: Odense University Press.
41. Campbell, N. (1999) How New Zealand Consumers Respond to Plain English. *The Journal of Business Communication* 36/4, pp.335-361.
42. Carlo, J.L. and Y.Yoo (2003) *Language Games in Computer –Mediated Communication*. Case Western Reserve University, USA.
43. Chaika, E. (1989) *Language The Social Mirror*. Cambridge: Newbury House Publishers.
44. Chakorn, O. (2006) Persuasive and Politeness Strategies in Cross- Cultural Letters of Request in the Thai Business Context. In F. Bargiela- Chiappini (ed.), *Asian Business Discourse(s) Part IIø Journal of Asian Pacific Communication* (special issue), 16 (1), pp.103-46.

45. Chiriacescu, A., Barghiel, V., Muresan, L. and Hollinger, A. (1997) Corespondenta de afaceri in limbile romana si engleza. Bucuresti: Editura Teora.
46. Christopher, E. (1996) *Negotiation Skills for Business*. Oxford: OUP.
47. Clyne, M. (1987) Cultural Studies in the Organisation of Academic Texts. *Journal of Pragmatics* 11, pp.211-247.
48. Clyne, M. (1991) The Sociocultural Dimension: the Dilemma of the German-Speaking Scholar. In H. Schroder (ed.), *Subject-Oriented Texts: Languages for Specific Purposes and Text Theory*, pp. 49-67. New York: Walter de Gruyter.
49. Comfort, J. (1998) *Effective Negotiation*. Oxford: Oxford University Press.
50. Connor, U. (1996) *Contrastive Rhetoric: Cross-Cultural Aspects of Second-Language Writing*. Cambridge: Cambridge University Press.
51. Connor, U., Davis, K., De Ryker, T. Phillips, E.& Verckens, J. (1997) An International Course in International Business Writing: Belgium, Finland, the United States. *Business Communication Quarterly*, vol. 60, 4, pp.63-74.
52. Coulthard, M. (1994) *Advances in Written Text Analysis*. London: Routledge.
53. Coulthard, M. (1997) *An Introduction to Discourse Analysis*. London: Longman.
54. Couture, B. (ed.) (1986) *Functional Approaches to Writing Research Perspectives*. London: Frances Pinter Publishers.
55. Crystal, D. (2001) *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
56. Cruse, D. A. (2000) *Meaning in Language: An Introduction to Semantics and Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
57. DEX (1996) *Dictionarul Explicativ al Limbii Romane*, Academia Romana. Bucuresti:Editura Univers Enciclopedic.
58. Drew, P. (2002) Out of Context: an Intersection between Domestic Life and the Workplace, as Contexts for (Business) Talk. *Language and Communication*, 22, pp.477-494.
59. Dolon, R. (1998-1999) Developing Negotiating Competence. *Revista Espanola de Linguistica Aplicada*. Vol.13, pp.49-66.
60. Dudley-Evans, T. and M. Jo St. John (1998) *Developments in ESP: A Multi-Disciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

61. Echlich, K. and Wagner, J. (1995) The Discourse of Business Negotiation. In Bargiela-Chiappini, F. and Nickerson, C. (eds) (1999) *Writing Business: Genres, Media and Discourses*. London: Longman.
62. Eelen, G. (2001) *A Critique of Politeness Theories*. Manchester: St. Jerome.
- Escandell-Vidal, V. (1996) Towards a Cognitive Approach to Politeness. In *Language Sciences* 18, pp.629-650.
63. Eyre, E.C. (1987) *Business Communication-Made Simple*. London: Heinemann.
64. Ewer, J.R. and Latorre, G. (1967) Preparing an English Course for Students of Science. *ELT Journal*, vol.21, p.221-229.
65. Fairclough, N. (1988) Register, Power and Sociosemantic Change. In D. Birch & M. O'Toole *The Functions of Style*. London: Pinter Publications.
66. Fairclough, N. (ed.) (1992) *Critical Language Awareness*. London: Longman.
67. Fairclough, N. (1994/2001) *Language and Power*, London: Longman.
68. Fasulo, A and Zucchermaglio, C. (2002) My Selves and I: Identity Markers in Work Meeting Talk. *Journal of Pragmatics* 34, pp.1119-1144.
69. Finegan, E. (1994) *Language, Its Structure and Use*. Forth Worth: Harcourt Brace College Publishers.
70. Firth, A. (1993) *The Discourse of Negotiation*. London: Pergamon.
71. Foley, W. (1998) *Anthropological Linguistics- An Introduction*. Cambridge: Blackwell Publishers.
72. Fox, R. (1999) The Social Identity of Management Ergolect. *English for Specific Purposes*, vol.18, no.3, pp. 261-278.
73. Fox Tress, J., Schrock, J. (2002) Basic Meanings of *You Know* and *I Mean*. *Journal of Pragmatics* 34, pp.727-747.
74. Fowler, A. (1996) *Negotiation Skills and Strategies*. London: IPD House.
75. Frade, C. (2002) Mitigating Conflict in Arbitration Clauses through Language. *LSP and Professional Communication* 2/1, pp. 8-23.
76. Fraser, B. and Nolen, W. (1981) The Association of Deference with Linguistic Form. *International Journal of the Society of Language* 27, pp. 93-110.
77. Fraser, B. (1990) Perspectives on Politeness. *Journal of Pragmatics* 14, pp.219-236.
78. Gains, J. (1999) Electronic Mail - a New Style of Communication or just a New Medium? An Investigation into the Text Features of E-mail. *English for Specific Purposes* 18, pp.81-101.

79. GALR. Gutu-Romalo, V. (Coord.) (2005) *Gramatica limbii române*. Bucuresti: Editura Academiei Române.
80. Gilsdorf, J. (2002) Standard Englishes and World Englishes: Living with a Polymorph Business Language. *The Journal of Business Communication* 39 (3), pp. 364-378.
81. Gimenez, J. (2000) Business E-mail Communication: Some Emerging Tendencies in Register. *English for Specific Purposes* 19, pp.237-251.
82. Gimenez, J. C. (2006). Embedded Business Emails: Meeting New Demands in International Business Communication. *English for Specific Purposes* 25, pp.154-172.
83. Glover, K. (2000) Proximal and Distal Deixis in Negotiation Talk. *Journal of Pragmatics* 32, pp.915-926.
84. Goffman, E. (1967/ 1971) *Interaction Ritual*. Doubleday, Garden City: Anchor Books.
85. Goffman, E. (1975) *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. London: Harper and Row.
86. Goffman, E. (1981) *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
87. Gosden, H. (1992) Research Writing and NNSs: from the Editors. *Journal of Second Language Learning* 1(2), pp.123-139.
88. Gotti, M. and Gillaerts, P. (eds.) (2005) *Genre Variations in Business Letters*. Bern: Peter Lang.
89. Gotti, M. (2007) Intercultural Trends in Specialised Discourse. *British and American Studies* 13, pp.215-230.
90. Grabe W. and Kaplan R.B. (1996) *Theory and Practice of Writing*. London: Longman.
91. Graddol, D., Cheshire J. and J. Swann (1994) *Describing Language*. Berkshire: Open University Press.
92. Graur, A. (1968) *Tendintele actuale ale limbii romane*. Bucuresti: Editura Stiintifica.
93. Grice, H.P. (1975) Logic and Conversation. In P.Cole and J. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics, vol.3: Speech Acts*. New York: Academic Press, pp. 41-58.
94. Griffin, E. (1991) *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Grundy, P. (2000) *Doing Pragmatics*. London: Arnold.
95. Gu, Y. (1990) Politeness Phenomena in Modern Chinese. *Journal of Pragmatics* 14, pp. 237-257.

96. Gumperz, J.J. and Hymes, D. (1972) *Directions in Sociolinguistics- The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
97. Halliday M.A.K., A. McIntosh and P. Strevens (1964) *The Linguistic Sciences and Language Teaching*. London: Longman
98. Halliday, M.A.K. and R. Hasan (1989) *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
99. Harris, S. (2001) Being Politically Impolite: Extending Politeness Theory to Adversarial Political Discourse. *Discourse and Society* 12, pp. 451-472.
100. Harris, S. (2003) Politeness and Power: Making and Responding to Requests in Institutional Settings. *Texts*, 23 (1), pp.27-52.
101. Hayashi, T. (1996) Politeness in Conflict Management: A Conversation Analysis of Dispreferred Message from a Cognitive Perspective. *Journal of Pragmatics* 25, pp.227-255.
102. Held, G. (1992) Politeness in Linguistic Research. In Watts, R. Ide, S. and Elich, K. (eds.) *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter, pp.131-153.
103. Henderson, W. and T. Dudley- Evans (1990) The Organisation of Article Introductions: Evidence of Change in Economics Writing. In T. Dudley-Evans & W Henderson (eds.) *The Language of Economics: The Analysis of Economics Discourse*. ELT Documents 134.
104. Hewings, A and W. Henderson (1987). A Link between Genre and Schemata: a Case Study of Economics Text. In T. Dudley-Evans (Ed.) *Genre Analysis and ESP. English Language Research Journal*, Vol. 1.
105. Hollinger, A. (2003) Some Suggestions for a Genre Based Approach in Business Correspondence, *British and American Studies*, vol.IX, pp.199-206.
106. Holmes, J. (1988) Doubt and Certainty in E.S.L. textbooks. *Applied Linguistics* 9/1, pp.21-44.
107. Holmes, J. (1995) *Women, Men and Politeness in the Workplace*. London: Longman.
108. Holmes, J. (2000a) Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the Workplace. *Discourse Studies* 2/2, pp.159-185.
109. Holmes, J. (2000b) Doing Collegiality and Keeping control at Work: Small Talk in Government Departments. In Coupland, J. (ed.) *Small Talk*, pp. 32-61, Harlow: Pearson.
110. Holmes, J. and M. Stubbe (2003) *Power and Politeness in the Workplace*. London: Longman.

111. Holmes, J. and Schnurr, S. (2005) Politeness, Humour and Gender in the Workplace: Negotiating Norms and Identifying Contestation. *Journal of Politeness Research* 1, pp. 121-149.
112. Holmes, J. and Schnurr, S.(2006) Doing Femininity at Work: More than just Relational Practice. *Journal of Sociolinguistics* 10/1, 2006, pp.31-51.
113. Holtgraves, T. (1998) Interpersonal Foundations of Conversational Indirectness. In S. Fussell & R. Kreuz (eds.) *Social and Cognitive Approaches to Interpersonal Communication*, pp. 71-89. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
114. House, J. (2003) *Concepts and Methods of Translation Criticism: A Linguistic Perspective*. Tübingen: Narr.
115. Hudson, R.A. (1980) *Sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
116. Hutchinson, T. and A. Waters (1987) *English for Specific Purposes- A Learning-Centred Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
117. Hyland, K. (2002) Directives: Argument and Engagement in Academic Writing. *Applied Linguistics* 23/2, pp. 215-239.
118. Ide, S. (1989) Formal Forms and Discernment: Two Neglected Aspects of Universals of Linguistic Politeness. *Multilingua* 8, pp.223-248.
119. Ide, S. (1993) Linguistic Politeness III: Linguistic Politeness and Universality. *Multilingua* 12(1), pp.397-413.
119. Ikle, F.C. (1973) Bargaining and Communication. In de Sola Pool I. (Ed.), *Handbook of Communication* , pp.836-843, Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
120. Ionescu-Rux ndoiu, L. & Chi oran, D. (1975) *Sociolingvistica. Orientari actuale*. Bucuresti: Editura Didactica si Pedagogica.
121. Jary, M. (1998) Relevance Theory and the Communication of Politeness. *Journal of Pragmatics* 30, pp. 1-19.
122. Jenkins, S. and J. Hinds (1987) Business Letters Writing: English, French and Japanese. *Journal of Business Communication* 21 (2), 327-349.
123. Johns, A. (1980) Cohesion in Written Business Discourse: Some Contrasts. *The ESP Journal*, vol.1:1, pp.37-43.

124. Jordan, R. R. (1997) *English for Academic Purposes: A Guide and Resource Book for Teachers*. New York: Cambridge University Press.
125. Kasher A. (1986) Politeness and Rationality. *Pragmatics and Linguistics*, pp.103-113, Odense: Odense University Press.
126. Kasper, G. (1990) Linguistic Politeness: Current Research Issues. *Journal of Pragmatics*14, pp.193-218.
127. Kasper, G. and S. Blum-Kulka (1993) *Interlanguage Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
128. Kaul, A. (1988) *Business Communication*. New Delhi: Prentice Hall of India.
129. Kaul, A. and V. Kulkarni (2005) Coffee, Tea orí ? Gender and Politeness in ComputerMediationCMC.www.iimahd.ernet.in/publications/data/2005-04-02ashakaul.pdf
130. Kennedy, C. and R. Bolitho (1984) *English for Specific Purposes*. London: Macmillan.
131. Kerbrat-Orecchioni, C. (2006) Politeness in Small Shops in France. In Mills, S. and K. Beeching (eds.) *Journal of Politeness Research, Special Issue: Politeness at Work*, pp.79-103.
132. Krajewski, L. and Smith, G. (1997) From Letter Writing to Report Writing: Bridging the Gap. *Business Communication Quarterly* 60:4, pp.88-90.
133. Kress, G. (1985/1990) *Linguistic Processes in Sociocultural Practice*. Oxford: Oxford University Press.
134. Lakoff, R. (1973) The Logic of Politeness, or Minding your Pø and Qø. in Corum, C. (ed.) *Papers from the Ninth Regional Chicago Linguistics Society*, pp.292-305, Chicago: Chicago Linguistic Society.
135. Lakoff, R. (1989) The Limits of Politeness: Therapeutic and Courtroom Discourse. *Multilingua* 8(2), pp.101-129.
136. LDOCE (2003) *The Longman Dictionary of Contemporary English*. London: Longman Pearson Education.
137. Leech, G. (1976) Metalanguage, Pragmatics and Performatives. in Rameh, C. (ed.) *Semantics: Theory and Application*. Washington: Georgetown University Press.
138. Leech, G. (1980) *Explorations in Semantics and Pragmatics*. Amsterdam: John Benjamin B.V.
139. Leech, G. (1983) *Principles of Pragmatics*. London and New York: Longman.

140. Leech, G., Garside R. and A. McEnery (eds.) (1997) *Corpus Annotation: Linguistic Information from Computer Text Corpora*. London: Longman.
141. Lesikar, R. and M. Flatley (2002) *Basic Business Communication – Skills for Empowering the Internet Generation*. Boston: McGrawHill Publishing House.
142. Levinson, S. (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
143. Lewicki, R. and J. Litterer (1985) *Negotiation*. Homewood: Irwin.
144. Locher, M. (2004) *Power and Politeness in Action: Disagreements in Oral Communication*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
145. Locher, M. (2010) Politeness and Impoliteness in Computer-Mediated Communication. *Journal of Politeness Research* 6/1, pp.1-5.
146. Locher, M. and Watts, R.J. (2005) Politeness Theory and Relational Work. *Journal of Politeness Research* 1: 1, pp.9-33.
147. Lockwood, J. (2002) Book Review. *English for Specific Purposes* 21, pp.413-415.
148. Louhiala-Salminen, L. (1996) The Business Communication Classroom vs. Reality: What Should We Teach Today? *English for Specific Purposes* 15(1), pp.37-51.
149. Lyons, J. (1968) *Introduction to Theoretical Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
150. Lyons, J. (1981) *Language, Meaning and Context*. London: Fontana Paperbacks.
151. Lyons, J. (1995) *Linguistic Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
152. Maier, P. (1992) Politeness Strategies in Business Letters by Native and Non-Native English Speakers. *English for Specific Purposes* 11, pp.189-205.
153. Marquez Reiter, R. (2000) *Linguistic Politeness in Britain and Uruguay- A Contrastive Study of Requests and Apologies*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
154. Martin, J.R. (1985) Process and Text: Two Aspects of Human Semiosis. In Benson, J.D./Greaves, W.S. (eds.) *Systemic Perspectives on Discourse* Vol.1., pp.248-274. Norwood, N.J.: Ablex.
155. Martinez- Flor, A. (2004) *The Effect of Instruction in the Development of Pragmatic Competence in the English Language as a Foreign Language. Context: A Study Based on Suggestions*.
156. Mauranen, A. (1993) *Cultural Differences in Academic Rhetoric: a Textlinguistic Study*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.

157. McPhee, R.D. and Tompkins, P.K. (1985) *Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions*. London: Sage Publications.
158. Meier, A. J. (1992) Brown and Levinson's Legacy of Politeness. *Views* 1 (1), pp.7-18.
159. Meier, A.J. (1995 a) Passages of Politeness. *Journal of Pragmatics* 24, pp.381-392.
160. Meier, A.J. (1995b) Defining Politeness: Universality in Appropriateness. *Language Sciences* 17, pp. 345-356.
161. Meier, A.J. (2004) Has 'Politeness' Outlived its Usefulness? *Views* 13 (1), pp.5-22.
- Mey, J. L. (1985) *Whose Language?.* Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
162. Mey, J. L. (1993/2001) *Pragmatics: An Introduction*. Cambridge: Blackwell.
163. Miller, C.R. (1984) Genre as a Social Action. *Quarterly Journal of Speech* 70, pp.151-167.
164. Miller, C.R. (1994) Rhetorical Community: The Cultural Basis of Genre. In Freedman, A. Medway, P. (eds.) *Genre and the New Rhetoric*. London: Taylor & Francis, pp.67-78.
165. Miller, S. (2000) Speech Acts and Conventions. *Language Sciences* 22, pp.155-166
166. Miller, C.R. & Shepard, J. (2004) Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog. In L.J. Gurak, S. Antonijevic, L.Johnson, C. Ratliff & J.Reyman (eds.) *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community and Culture of Weblogs*. Minneapolis: University of Minnesota.
167. Mills, S. (2003) *Gender and Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
168. Mulholland, J. (1991) *The Language of Negotiation: A handbook of Practical Strategies for Improving Communication*. London: Routledge.
169. Mulholland, J. (1999) E-Mail: Uses, Issues and Problems in an Institutional Setting. In Bargiela- Chiappini, F. and Nickerson, C. (eds.) *Writing Business: Genres, Media and Discourses*, pp.1-32. London: Longman.
170. Mullen, G. (1991) *The Language of Negotiation*. London: Longman
171. Muresan , L and V. Robu (1997) Developing Oral Communication Skills for Meetings and Negotiations. *PROSPER*, issue 6, pp.34-40.
172. Muresan, L. (2000) *Genre Analysis and Economics*. Bucuresti: Editura Paideia.
173. Murray, D. E. (1995) *Knowledge Machines: Language and Information in a Technological Society*. London: Longman.

174. Nelson, G., Carson J., Batal al M. and El Bakary W. (2002) Cross- Cultural Pragmatics: Strategy Use in Egyptian Arabic and American English Refusals. *Applied Linguistics* 23/2, pp.163-189.
175. Nickerson, C. (1993) *A Comparative Study of Business Letters Written by Native and Non-Native Speakers*. MA dissertation, English Language Research Unit, University of Birmingham.
176. Nickerson, C. (2000) *Playing the Corporate Language Game. An Investigation of the Genres and Discourse Strategies in English Used by Dutch Writers Working in Multinational Corporations*. (Vol.15). Amsterdam-Atlanta, GA: Rodopi.
177. Nickerson, C. (2002) Business Discourse and Language Teaching. *Journal of Applied Linguistics in Language Teaching* 40. , pp.375-391.
178. Nwogu, K. N. (1991) Structure of Science Popularisations: A Genre-Analysis Approach to the Schema of Popularised Medical Texts. *English for Specific Purposes* 10, pp.111-123.
179. O'Driscoll J. (1996) About Face: A Defence and Elaboration of Universal Dualism. *Journal of Pragmatics* 25, pp.1-32.
180. Ober, S, Zhao, J., Davis, R. and M. Alexander (1999) Telling It Like It Is: The Use of Certainty in Public Business Discourse. *The Journal of Business Communication* 36/3, pp.280-300.
181. Okamura, A., Shaw, P. (2000) Lexical Phrases, Culture and Subculture in Transactional Letter Writing. *English for Specific Purposes* 19, pp.1-15.
182. Olshtain, E. & Cohen, A. D. (1983) Apology: A Speech Act Set. In N. Wolfson & E. Judd (Eds.) *Sociolinguistics and Language Acquisition*, pp. 18-35. Rowley, MA: Newbury House.
183. Orlikowski, W. & Yates, J. (1993) *Knee Jerk Anti-Loopism and Other Email Phenomenon: Oral, Written, and Electronic Patterns in Computermediated Communication*, Paper presented at the 53rd annual meeting of the academy of management, Atlanta, GA. Retrieved from: URL: <http://ccs.mit.edu/CCSW/html>
184. Orlikowski, W.J. and Yates, J. (1994) Genre Repertoire: the Structuring of Communicative practices in Organisations. *Administrative Science Quarterly* 39, pp. 541-574.
185. Pelsmaekers, K. (1999) Directness and (Im)politeness: The Use of Imperatives in Business Letters, in Tops, Guy A.J. (ed.) *Thinking English Grammar* Leuven-Paris: Peeters.

186. Pietreanu, M. (1984) *Salutul în limba româna*. Bucuresti: Editura Stiintifica si Enciclopedica.
187. Pilegaard, M. (1997) Politeness in Written Business Discourse: A Textlinguistic Perspective on Requests. *Journal of Pragmatics* 28, pp.223-244.
188. Poggi, I. and C. Pelachaud (1998) Performative Faces. *Speech Communication* 26, pp.5-21.
189. Pomerantz, A. & Mandelbaum, J. (2005) Conversation Analytic Approaches to the Relevance and Uses of Relationship Categories in Interaction. In K.L. Fitch. & R.E. Sanders (Eds.) *Handbook of Language and Social Interaction* (pp. 149-171). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
190. Purves, A., & Hawisher, G. (1990) Writers, Judges and Text Models. In R. Beach & Hynds (eds.), *Developing Discourse Practices in Adolescence and Adulthood*, pp. 183-199, Norwood, NJ: Ablex.
191. Precht, K. (1998) A Cross-Cultural Comparison of Letters of Recommendation. *English for Specific Purposes* 3 vol.17, pp.241-265.
192. Quirk, R. et al (1985) *A Comprehensive Grammar of the English Language*. London: Longman
193. Rains, S. A., and A.M.Young (2006) A Sign of the Times: An Analysis of Organizational Members' Email Signatures. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11(4), article 8. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/rains.html>
194. Ranney, S. (1992) Learning a New Script: an Exploration of Sociolinguistic Competence. *Applied Linguistics* 13, pp.25-50.
195. Rees-Miller J. (2000) Power, Severity and Context in Disagreement. *Journal of Pragmatics* 32, pp.1087-1111.
196. Rubinstein, A. (2000) *Economics and Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
197. Saeed, J. (1997) *Semantics*. London: Blackwell.
198. Santos dos Pinto, V.B.M. (2002) Genre Analysis of Business Letters of Negotiation. *English for Specific Purposes* 21, pp. 167-199.
199. Saftoiu R., Gheorghe M. and Mada S. (2010) Communicative Patterns in Romanian Workplace Written Texts. *Revista Signos* vol.43. available on Internet: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?>.

200. Sbisa, M. (2002) Speech Acts in Context. *Language and Communication* 22, pp.421-436.
201. Schegloff, E.A. (1986) The Routine as Achievement. *Human Studies* 9, pp.111-151.
202. Schiffrin, D. (1994/1995) *Discourse Markers*. Cambridge: Cambridge University Press.
203. Schryer, C. F. (2000) Walking a Fine Line-Writing Negative Letters. *Journal of Business and Technical Communication* 14, pp.445-497.
204. Schwegler, R. & L. Shmoon (1991) Meaning Attribution in Ambiguous Texts. In C. Bazerman, & J. Paradis (Eds.) *Textual Dynamics of the Professions*, pp. 216-34. Madison: University of Wisconsin Press.
205. Scollon, R. and Scollon, S.W. (2001) *Intercultural Communication. A Discourse Approach*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
206. Searle, J.R. (1969) *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
207. Searle, J.R. (1976) A classification of Illocutionary Acts. In K. Gunderson (ed.) *Language, Mind and Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
208. Searle, J.R. (1979) *Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
209. Searle, J. R. (et al) (1992) *(On) Searle on Conversation*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
210. Spencer-Oatey, H. (1996) Reconsidering Power and Distance. *Journal of Pragmatics* 26, pp.1-24.
211. Spencer-Oatey, H. (2000a) *Culturally Speaking: Managing Rapport through Talk across Cultures*, pp.8-11. London: Continuum.
212. Spencer-Oatey, H. (2000b) Rapport Management. A framework for Analysis. In *Culturally Speaking: Managing Rapport through Talk across Cultures*, pp. 11-46. London: Continuum.
213. Spencer-Oatey, H. (2002) Managing Rapport in Talk: Using Rapport Sensitive Incidents to Explore the Motivational Concerns Underlying the Management of Relations. *Journal of Pragmatics* 14, pp.529-545.
214. Spencer Oatey, H. and J. Xiong (2003) Face and Management of Rapport. Available online: <http://www.intercultural.europacom.com/publications/4.pdf>.
215. Spencer-Oatey, H. (2006) Sociolinguistics and Intercultural Communication. *Sociolinguistics* 3, pp.2537- 2546.
216. Stilwell Peccei, J. (1999) *Pragmatics*. London: Routledge.

217. Stoichitoiu-Ichim, A. (2006) *Aspecte ale influenței limbii engleze în româna actuală*. București: Editura Universității din București.
218. Stubbe, M. and Holmes, J. (1995) You Know, eh and Other -Exasperating Expressions: an Analysis of Social and Stylistic Variation in the Use of Pragmatic Devices in a Sample of New Zealand English. *Language and Communication* 15 (1), pp.63-88.
219. Stubbs, M. (1983) *Discourse Analysis*. Oxford: Basil Blackwell.
220. Swales, J.M. (1981) Definitions in Science and Law-Evidence for Subject Specific Course Component. *Fachsprache*, 3.4.
221. Swales, J.M. (1985/1987) *Episodes in ESP*, ELT Series, New York: Prentice Hall
222. Swales, J.M. (1990) *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
223. Swales, J.M. (2004) *Research Genres: Explorations and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
224. Tebeaux, E. (2000) Designing Written Business Communication along the Shifting Cultural Continuum. *Journal of Business and Technical Communication* 13/1, pp.49-85.
225. Terkourafi, M. (2005a) Identity and Semantic Change: Aspects of TN Usage in Cyprus. *Journal of Historical Pragmatics* 6, pp.283-306.
226. Terkourafi, M. (2005b) Pragmatic Correlates of Frequency of Use: The Case for a Notion of -Minimal Context: In *Reviewing Linguistic Thought: Converging Trends*.
227. Terkourafi, M. (2005c) Beyond the Micro-Level in Politeness Research. In *Journal of Politeness Research* 1, pp.237-262.
228. Thomas, J. (1983). Cross-Cultural Pragmatic Failure. *Applied Linguistics* 4(2), pp.91-112.
229. Thomas, J. (1995) *Meaning in Interaction: an Introduction to Pragmatics*. London: Longman.
230. Thompson, S. et al. (1985) *Assertions from Discourse Structure*. Marina del Rey, CA: Information Sciences Institute.
231. Thompson, S. (1994) Frameworks and Contexts: a Genre-Based Approach to Analysing Lecture Introductions. *English for Specific Purposes* 13(2).
232. Trosborg, A. (1987) Apology Strategies in Natives/ Non- Natives. *Journal of Pragmatics* 11, pp.147-167.
233. Trosborg, A. (1995) *Interlanguage Pragmatics: Requests, Complaints and Apologies*. Mouton de Gruyter, Berlin.

235. Tsohatzidis, S. (1994) *Foundations of Speech Act Theory*. London: Routledge.
236. Turk, C. and Kirkman, J. (1989) *Effective Writing –Improving Scientific, Technical and Business Communication*. London: E. &F.N. Spon.
237. Ulijn, J.M. and Li, X.L. (1995) Is Interruption Impolite? Some Temporal Aspects of Turn Switches in Chinese-Western and other Intercultural Business Encounters, *Text* 15(4), pp.589-627.
238. Ulijn, J.M. and Strother, J.B. (1995) *Communicating in Business and Technology: From Psycholinguistic Theory to International Practice*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
239. Usami, M. (2002) *Discourse Politeness in Japanese Conversation*. Tokyo: Hituzi Syobo.
240. Van Nus, M. (1996) Persuasive Strategies in Dutch Direct Mail. In Bargiela-Chiappini and F.Nickerson, C. (eds.) *Writing Business. Genres, Media and Discourses*. London: Longman.
241. Van Nus, M. (1999) Can We Count on Your Bookings of Potatoes to Madeira? Corporate Context and Discourse Practices in Direct Sales Letters, In Bargiela-Chiappini and F.Nickerson, C. (eds.) *Writing Business. Genres, Media and Discourses*. London: Longman.
242. Vandermeeren (1999) English as Lingua Franca in Written Corporate Communication: Findings from a European Survey. In Bargiela-Chiappini and F.Nickerson, C. (eds.) *Writing Business. Genres, Media and Discourses*. London: Longman.
243. Vanderveken, D. and S. Kubo (2002) *Essays in Speech Act Theory*. John Benjamins Publishing Company: Amsterdam.
244. Ventola, E. and Mauranten, A. (eds.) (1996) *Academic Writing: Intercultural and Textual Issues*, Amsterdam: John Benjamins Publishing.
245. Vergaro, C. (2002) Dear Sirs, What Would You Do If You Were in Our Position?. Discourse Strategies in Italian and English Money Chasing Letters. *Journal of Pragmatics* 34, pp.1211-1233.
246. Vergaro, C. (2004) Discourse Strategies of Italian and English Sales Promotion Letters. *English for Specific Purposes* 23, pp. 181-207.
247. Verschueren, J. (1980) On Speech Act Verbs. *Pragmatics and Beyond*, no.4, Amsterdam: John Benjamins B.V.
248. Verschueren, J. and Bertuccelli-Papi, M. (1987) *The Pragmatic Perspective*. Amsterdam: John Benjamins B.V.
249. Waldvogel, J. (2007) Greetings and Closings in Workplace Email. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12/2, article6. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue2/waldvogel.html>.

250. Walker, M. and Harris, G. (1995) *Negotiations: Six Steps to Success*. London: Prentice-Hall International (UK) Limited.
251. Watts, R.J. (1989) Relevance and Relational Work: Linguistic Politeness as Politic Behaviour. *Multilingua* 8 (2/3), pp.31-67.
252. Watts, R.J., Sachiko, I. and K. Ehlich (1992) *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice*. Berlin: Mouton de Gruyter.
253. Watts, R.J. (2003) *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.
254. Widdowson, H. (1979/1985) *Explorations in Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
255. White, J. et al. (2004) Face Threat Sensitivity in Negotiation: Roadblock to Agreement and Joint Gain. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 94, pp.102-124.
256. White, R. (1997) Closing the Gap between Intercultural and Business Communication Skills. *PROSPER* issue 6, pp.7-21.
257. Yates, J.A. and W.J. Orlikowski (1992) Genres of Organisational Communication: a Structural Approach to Studying Communication and Media. *Academy of Management Review* 17(2), pp. 229-326.
258. Yeung, L. (1997) Polite Requests in English and Chinese Correspondence in Hong Kong. *Journal of Pragmatics* 27, pp. 505-552.
259. Yli-Jokipii, H. (1994) Requests in Professional Discourse: A Cross-Cultural Study of British, American and Finnish Business Writing. In Bargiela- Chiappini, F. and Nickerson, C. (eds) *Writing Business: Genres, Media and Discourses*. London: Longman.
260. Yli-Jokipii, H. (1996) An Approach to Contrasting Languages and Cultures in the Corporate Context: Finnish, British, and American Business Letters and Telefax Messages. *Multilingua* 15 (3), pp.305-327.
261. Yli-Jokipii, H. (1998) Power and Distance as Cultural and Contextual Elements in Finnish and English Business Writing in: Niemeier, S. (eds.) *The Cultural Context in Business Communication*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.
262. Zdrengeha, M. (1977) *Introduction to Semantics*. Cluj-Napoca: Universitatea Babe-Bolyai.
263. Zdrengeha, M. (1996) *The Tense-Systems of English and Romanian*. Cluj- Napoca: Editura Clusium.

264. Zhao, J. (2000) The Chinese Approach to International Business Negotiation. *The Journal of Business Communication* 37, pp. 209-237.