

**Without prejudice to meaning,
czyli o czytelności angielskich
umów konsumenckich**

Przejdź do produktu na ksiegarnia.beck.pl

Spis treści

Wykaz skrótów	VII
Materiał badawczy	IX
Omówione przypadki	XI
Bibliografia	XIII
Wprowadzenie	XVII
Rozdział 1. Umowa jako akt prawny	1
1.1. Zawieranie umowy	1
1.1.1. Składanie oferty	2
1.1.2. Przyjęcie oferty	5
1.1.3. Świadczenie wzajemne	6
1.1.4. Skuteczność umowy	8
1.2. Co to jest <i>consumerishness</i> ?	10
1.3. O czytelności angielskich umów konsumenckich	12
Rozdział 2. Umowa jako akt komunikacji	15
2.1. Kontekst: umowa konsumencka zawierana na odległość	15
2.2. Kanał komunikacji: dokument umowy	18
2.3. Kod: język umowy	22
2.3.1. Definicja języka prawa	22
2.3.2. Relacja język specjalistyczny – język ogólny	24
2.4. Nadawca i odbiorca komunikatu: profesjonalista i laik	26
2.4.1. Relacje między nadawcą a odbiorcą	27
2.4.2. Odpowiedzialność nadawcy	30
2.4.3. Odpowiedzialność odbiorcy	32
2.4.4. Dekodowanie komunikatu przez odbiorcę	33
2.4.4.1. Schematy interpretacyjne	35
Rozdział 3. Właściwości językowe angielskiej umowy konsumenckiej	41
3.1. Cechy składniowe	41
3.1.1. Długie i złożone struktury składniowe	41
3.1.2. Szyk zdania	42
3.2. Cechy leksykalne	45
3.2.1. Elastyczność komunikatu	45
3.2.2. Sztynność komunikatu	47
3.3. Struktury gramatyczne	51
3.3.1. Formy wyrażające normę w angielskich umowach konsumenckich	51
3.3.2. Formy <i>here-</i> , <i>there-</i> , <i>where-</i>	54

3.3.3. Użycie strony biernej	54
3.3.4. Użycie zaimków	56
Rozdział 4. Ku nowemu	59
4.1. Właściwości pozajęzykowe współczesnych angielskich umów konsumenckich	62
4.1.1. Tabele	62
4.1.2. Czcionka	63
4.1.3. Podkreślenie	63
4.1.4. Kursywa	64
4.1.5. Litery drukowane	64
4.1.6. Pogrubiony tekst	66
4.2. Właściwości językowe współczesnych angielskich umów konsumenckich	67
4.2.1. Prezentacja stron	67
4.2.2. Definicje	69
4.2.3. Nagłówki	71
4.2.4. Nawiasy	72
4.2.5. Budowa zdania	77
4.2.6. Struktury gramatyczne	79
4.2.7. Formy leksykalne	96
4.3. Użycie języka specjalistycznego w angielskich umowach konsumenckich	107
4.4. Użycie języka ogólnego w angielskich umowach konsumenckich	120
Rozdział 5. Zasady sporządzania angielskich umów konsumenckich	131
5.1. Zasada Nr 1. Bądź konsekwentny(-a)	133
5.2. Zasada Nr 2. Nie zastępuj terminów wyrażeniami z języka ogólnego	138
5.3. Zasada Nr 3. Używaj języka technicznego tam, gdzie to konieczne	139
5.4. Zasada Nr 4. Używaj form języka ogólnego tylko wtedy, gdy nie zniekształcają znaczenia komunikatu	140
5.5. Zasada Nr 5. Nie komplikuj niepotrzebnie	140
5.6. Zasada Nr 6. Wyjaśniaj i tłumacz	143
Podsumowanie	145

Przejdź do księgarni →

ksiegarnia.beck.pl